

Sporočilo za javnost, 13. november 2015
Raziskava o karizmatičnem vodenju

Slovenski managerji usmerjeni predvsem k rezultatom in akciji

Slovenski managerji se odlikujejo po usmerjenosti k rezultatom in prevzemanju akcije, kažejo ugotovitve raziskave Profiles International v sodelovanju z Združenjem Manager. Nižje ocene so managerji prejeli po izkoriščanju potenciala sodelavcev. Po ugotovitvah raziskave imamo v Sloveniji približno desetino karizmatičnih vodij, managerke pa so v povprečju ocenjene kot bolj karizmatične v primerjavi z managerji.

Podjetje Profiles International Slovenija je v sodelovanju z MQ revijo Združenja Manager v obdobju od junija do oktobra 2015 izvedlo raziskavo o karizmatičnem vodenju. V raziskavi je sodelovalo 1.392 ocenjevalcev, ki je ocenjevalo 137 vodij. Ugotovitve raziskave kažejo, da se slovenski managerji odlikujejo po usmerjenosti k rezultatom in prevzemanju akcije, obenem pa ima slovenski management izzive na področju motiviranja, podpiranja sodelavcev pri njihovem razvoju in pozornosti, da jim prisluhnejo. Pri teh dejavnikih je raziskava pokazala največje razlike med najvišje in najnižje ocenjenimi managerji.

Desetina karizmatičnih vodij

»Karizmatično vedenje ni iz nebes dan dar, ki ga imajo posamezniki, temveč je vedenje, ki se ga lahko naučimo,« je na novembrski MQ konferenci pojasnil **Deiric McCann**, soavtor knjige Leadership Charisma. V slovenski raziskavi, gre za največjo raziskavo na tem področju pri nas, je bila približno desetina, to je 9,2 % vodij, ocenjena kot visoko karizmatična. Ti so na lestvici od 1 do 5 dosegli rezultat 4,25 ali več, petina (20 %) pa jih ima oceno pod 3,5. **Zvezdana Lubej**, direktorica Profiles International Slovenija in ustanoviteljica Kadrovske asistencije, ob ugotovitvah izpostavlja: »Vodjem so pomembni rezultati, manj pa so fokusirani na to, da bi te rezultate dosegli skupaj s timom. Če bi več delali na vodenju ljudi in manj na operativnih nalogah, bi bili tudi rezultati veliko boljši«.

Raziskava je opozorila tudi na razlike med:

- podjetji, ki jih vodijo managerke v primerjavi z managerji in
- podjetji, ki sistematično merijo kakovost odnosov med podjetjem in zaposlenimi v raziskavi Zlata nit ter podjetji, ki tovrstne raziskave ne izvajajo.

Managerke so bile v raziskavi ocenjene kot bolj karizmatične; visok rezultat je namreč doseglo 11,4 % žensk, moških pa le 8,1 %. »Pogledali smo, v katerih vedenjih so ženske boljše, in ugotovili, da imajo ženske prednost na področju komunikacije in nasploh na področju vodenja ljudi. Managerke v večji meri vodijo na način, da razvijajo svoje potenciale, pri tem pa vodijo z zgledom in v večji meri skrbijo tudi za lasten razvoj,« pojasnjuje **Zvezdana Lubej**. 36,4 % žensk je bilo na tem področju oziroma v večšini 'usmerjeni v vseživljenjsko učenje' ocenjenih z oceno 4,25 ali več, medtem ko je takšne oceno dobilo 12,8 % moških.

Merjenje kakovosti odnosa povezano s karizmatičnostjo

Pri podjetjih, ki sistematično merijo kakovost odnosa med podjetjem in zaposlenimi (raziskava Zlata nit) je kar 12 % karizmatičnih vodij, medtem ko jih je pri ostalih 8 %. Največje prednosti vodij, sodelujočih v raziskavi Zlata nit, ki v Sloveniji poteka od leta 2007, so v:

- ustvarjalnem razmišljanju;
- izjemni fleksibilnosti v nepredvidljivih situacijah in
- močni usmerjenosti v vseživljenjsko učenje.

Takšnih vodij je med 'zlatonitniki' kar 40 %, medtem ko je dober rezultat na tej lestvici v skupini ostalih doseglo le 16,2 %. Med podjetji, sodelujočimi v Zlati niti, je kar 12 % karizmatičnih vodij, medtem ko jih je pri ostalih precej manj: 8 %. »V primerjavi z državami srednje Evrope so slovenska podjetja najmanj donosna: na 100 evrov ustvarijo le 3,36 evra operativnega dobička. Na učinkovitost delovanja pa ima velik vpliv prav vodja, s svojim vedenjem (obnašanjem) in odnosi, ki jih vzpostavlja s sodelavci, in vplivom na zavzetost. Raziskava je pokazala, da imamo v Sloveniji še velik neizkoriščen potencial ljudi in organizacij,« pomen merjenja dejavnikov učinkovitega vodenja pojasnjuje **Sonja Šmuc**, izvršna direktorica Združenja Manager.

Metodologijo raziskave karizmatičnega vodenja je razvilo podjetje Profiles International in jo leta 2010 v praksi preizkusilo na 400.000 ocenjevalcih, ki so ocenili 40.000 vodij. V slovenski raziskavi so sodelujoči ocenjevali 18 univerzalnih vodstvenih veščin, ki jih opredeljuje 70 vedenj.

Priloga: PPT predstavitev, MQ konferenca

Informacije: Edita Krajnović | 040 488 040 | komunikacije@zdruzenje-manager.si