

Vůdčovství se stává podmínkou přežití firem

Lidé se skutečnou vizí to nemají lehké nikde na světě. Výjimkou není ani Česká republika. Přitom prosazení nových přístupů k vůdčovství se stává existenciální výzvou také pro český management. Proto se výroční konference Společnosti pro strategické řízení, inovace a podnikatelství podle slov jejího prezidenta Ondřeje Landy zaměřila na zprostředkování poznatků a zkušeností právě z této oblasti. Byly na ní také prezentovány výsledky mezinárodního výzkumného projektu Next Generation Leadership, na kterém se společnost podílela po boku Evropského centra pro kreativní vůdčovství.

Čeští manažeři či lídři označili za hlavní oblasti změn či problémů, které vyžadují strategický přístup, otázky spojené s lidským potenciálem, rozvojem znalostí a způsobilostí a na stejné úrovni také změny ve způsobu podnikání v odvětví. Podle výzkumu by šéf společnosti měl cítit největší odpovědnost vůči zákazníkům (45 % odpovědí, v zahraničí 32 %), na druhém místě vůči akcionářům a správním orgánům (36 %, v zahraničí 24 %) a ko-

nečně vůči zaměstnancům (18 %, v zahraničí 44 %). Výsledky výzkumu jsou k dispozici na adrese www.nextgenerationleadership.cz.

Vystoupení na konferenci i následná diskuse sice nepřinesly jednoznačné závěry v otázkách, zda se vůdcem člověk rodí, nebo je možné se tuto způsobilost naučit, či co vše charakterizuje osobnost firemního vůdce, ale padlo na ní mnoho zajímavých názorů a doporučení. Velmi silně například zazněla slova o nutnosti důvěryhodnosti lídra a vůbec o důvěře uvnitř i vně organizace, o sdílení hodnot všemi zaměstnanci. Generální ředitel firmy Johnson & Johnson Jiří Pavlíček zase například ukázal, že i lokální firma v rámci globální matky má možnost úspěšně nabídnout nové postupy svým kolegům v zahraničí. A dalo by se pokračovat.

Konference především ukázala, že i v České republice, a nejen v mezinárodních firmách, existují již dnes skuteční lídři. Obvykle se o nich – bohužel – veřejnost dozvídá až tehdy, kdy se prosadí na nějaké vedoucí funkci v zahraničí.

(jap)