

ТМ	Г. XXIX	Бр. 3	Стр. 271 - 282	Ниш	јул - септембар	2005.
----	---------	-------	----------------	-----	-----------------	-------

UDK 005.3-055.2 658.012.4-055.2

Оригинални научни рад

Примљено: 06.01.2005.

Мирјана Радовић

Институт економских наука

Београд

ЛИДЕРСКЕ СПОСОБНОСТИ ЖЕНА И ЊИХОВ ПОЛОЖАЈ У ПОСЛОВНОМ СВЕТУ

Резиме

У чланку аутор износи најновије резултате истраживања жена лидера и њихове позиције у пословном свету, тј. покушава да одговори на питање како се у друштву гледа на њих и да ли им се верује. Она упоређује резултате добијене у Србији и Црној Гори са најновијим резултатима у САД. Ауторов истраживачки задатак је био да утврди специфичности балканског региона и у складу са тим изведе закључке. На крају рада, аутор даје основне смернице и очекивања у вези са положајем жена у пословном свету у будућности у коме традиционално доминирају мушкарци.

Кључне речи: лидерство, жене лидери, менаџерство, профил жена лидера, функције лидерства, нова парадигма у развоју лидерства

Увод

У студијама од пре неколико деценија се предпостављало да је лидерство синоним за менаџерство и између ова два појма се углавном стављао знак једнакости. За разлику од оваквих студија, средином 80-их година, у многим књигама које третирају ову проблематику прави се прецизна разлика између менаџера и лидера. Доминира мишљење да *лидери представљају "хероје", које одликује јака индивидуалност и који воде своје фирме путевима транзиције користећи при томе углавном неубичајене методе*, док менаџери представљају она лица која раде у често ограниченим условима и на мање динамичан начин. Такође, *од лидера се очекује много више знања, вештине и искуства, као и храбрости у постизању зацртаних циљева и*

задатака. Лидер представља и део групе у оквиру које ради, али се по својој јакој индивидуалности разликује од ње. Сходно својим могућностима он тежи да помогне групи ради постизања зацртаних циљева, али при томе никада не губи свој идентитет.

У нормалним условима пословања, од менаџера се очекује да планира послове и да врши њихову контролу, да групише пословне активности, врши селекцију и обуку радне снаге, као и да изграђује мотивациони систем. У таквим околостима се од њега не очекује лидерско понашање, јер је он својим ауторитетом у стању да води субординирајуће групе људи до реализације њихових заједничких циљева. Међутим, када попусти мотивација запослених и када се повећа разлика између постављених пословних задатака и постигнутих резултата или пак када опадне ауторитет менаџера, у том случају је неопходно ангажовати лидера. *"Пожељно је да менаџери имају лидерске способности, али није потребно да лидери буду или постану менаџери."*¹

Многи научници који су следили познатог психолога Маслоу и његову теорију, сматрали су да се *основна функција лидерства састоји у пружању одговора на захтеве предузећа, чији је основни задатак да задовоље потребе свих запослених у њему.* Међутим, социолози попут Селзника налазе друге функције лидерства. Они сагледавају посебну улогу лидера у постављању циљева и задатака и креирању организације. Сходно томе, *лидерска функција даје карактер организацији преко постављања групе задатака и дефинисања политике за њихову реализацију на кратак и дуги рок.* Ова функција лидера је креативног карактера. "Креативност подразумева мењање карактера и облика организације, прилагођавајући је начину мишљења запослених, чиме се повећава реалност очекивања да ће постављени циљеви бити и достигнути у пракси организације" (P. Selznic, 1957). Поред поменутог, *функција лидера у некој фирми се сагледава и у његовој могућности да задржи њен интегритет.* Наиме, опстанак многих фирми је у тесној вези са одржавањем интегритета и идентитета фирме. Сматра се да менаџери често нису у стању да обезбеде одржавање идентитета фирме, нити су у стању да је мењају и прилагођавају захтевима тржишта. У том случају се издваја важност улоге лидера да покрене производњу, да реши пореске проблеме или да мења својински облик фирме, како би фирма коју предводи стекла нову и бољу позицију на тржишту. Осим тога што лидер представља лице које је у стању да утиче на групу и покреће је према унапред дефинисаним циљевима фирме, *он је одговоран и за решавање конфликта и обезбеђење сагласности међу запосленима о многим питањима.*

¹ Мирјана Радовић, "Водич за успешан бизнис", УМС, Београд, стр. 175-179, 1995.

Евидентна комплексност функције лидерства, изискује особу посебних одлика и квалитета, како би могла да изађе у сусрет свим својим радним задацима и обави их успешно. Такође, таква особа мора да ужива апсолутни професионални ауторитет међу запосленима у фирми, мора да уме да се наметне групи као вођа, треба да има апсолутно поверење и да буде максимално посвећена свом послу. Имајући поменуто у виду, дуго времена се улога лидера у фирмама везивала искључиво за мушкарце, јер се сматрало да жене немају способности да одговоре оваквим захтевима посла и постигну успех. Сходно томе, није ни наука довољно простора посветила женама-лидерима, тако да нема довољно студија које се баве овом проблематиком.

Укључивање жена у студије о лидерству новијег су датума, стога нема ни много резултата истраживања. Узевши у обзир ту чињеницу с једне стране, а са друге стране да је у протеклих неколико година дошло до наглог пораста броја и утицаја жена-лидера на креирање нових стилова лидерства и мењање корпоративне културе фирми, покушали смо поводом ове теме да нашим истраживањем дамо свој научни допринос. Наиме, користећи се неким најактуелнијим истраживањима у свету и учествујући у првом таквом истраживању у Србији, успели смо да одговоримо на више питања. Добијени одговори су нам помогли да утврдимо да ли заиста жене и у којој мери могу да буду успешне као лидери у послу, како на њих гледа средина у којој живе и раде, које су то промене које су жене унеле у стилове лидерства и поспешиле пословне резултате својих фирми и друго. Како би формирали "профил жене лидера", послужили смо се и појединачним примерима из праксе најуспешнијих жена у овом домену, које су своје компаније учиниле престижним у светским размерама.

Да ли жене могу да буду успешни лидери у послу којима се верује као мушкарцима?

Розабет Мос Кантерн (Rozabeth Moss Contern) је у својој студији "Men and Women of Corporation", током 1977. године, започела испитивање понашања жена у фирмама, њихов успех у послу као и стилове лидерства које том приликом користе. То је било једно од првих већих истраживања те врсте у свету у коме је констатовано да се жене углавном налазе у инфериорном положају у односу на мушкарце због недостатка знања и искуства.

Неколико година касније је рађено знатно обимније истраживање (Atkinson, 1981) у коме је констатовано да постоје значајни стереотипи у погледу улоге жена у обављању послова, што је допринео да у својој социјализацији оне добију мање могућности за достизање лидерске позиције у фирмама у којима раде. Ово истраживање је рађено за период од петнаест година (од 1984. до 1998. године),

како би се поступно пратила промена расположења и односа према женама лидерима у америчком друштву, а које су биле ангажоване у свету бизниса у поменутом периоду. Подаци су прикупљани на основу обављених интервјуа у коме је учествовао готово подједнак број жена и мушкараца испитаника. Посебно се том приликом водило рачуна да се укључе све старосне групе, различита занимања и брачни статуси. Узорак је имао 3.649 испитаника, од чијег броја је било 1.846 жена (50,6%) и 1.803 мушкараца (49,4%). Просечне године старости испитаника (жена и мушкараца) биле су 42 године. У укупној структури испитаника 30% су чинили власници фирми. Међу испитаницима класификованим по брачном статусу 73% су чинили ожењени-удати, 19% самци и 8% разведени. Такође, испитаници су били подељени и по занимањима.

Крајем 1988. године у САД су били објављени коначни резултати поменутог истраживања. Према њима и жене и мушкарци су показали јединствено мишљење да жене могу да буду успешне и лидери у бизнису. Осим тога, показана је чврста сагласност и поклапање мишљења свих испитаних лица да су жене изложене извесном степену дискриминације као лидери, а узрок томе се не налази у начину рада и способности жена већ у традицији и процесима социјализације. Исказано је и заједничко мишљење испитаника да и жене и мушкарци поседују сличне пословне амбиције и жељу са самоодоказивањем на послу. Такође је занимљиво да су чак 51% жена и 31% мушкараца изразили жељу да би волели да виде жене лидере у својим фирмама. Овај постотак се мењао и повећавао из године у годину у току посматраног периода. Међутим, када су се по овом питању изјашњавали испитаници диференцирани по занимањима, испојиле су се извесне разлике. Тако су мушкарци у бизнису, школству и високом образовању дали приоритет женама лидерима, док су мушкарци у здравству и судству исказали негативан суд према женама лидерима. Дакле, када су испитаници били подељени по полној основи у њиховим одговорима нису примећене веће разлике у ставовима, док код поделе по занимањима је показана извесна разлика међу мушким испитаницима. За разлику од мушкараца код жена није било никаквих разлика у мишљењу без обзира у које групе су оне биле сврставане (по полу, занимањима или старости). Све су оне биле сагласне да би волеле да имају у својим фирмама жене лидере јер у старту верују у њихов пословни успех.

Истраживања која смо ми вршили за потребе ове студије у Србији у неколико већих градова (Београду, Нишу и Новом Саду) током 2000. године, показала су да међу 1476 изабраних испитаника (750 мушкараца и 726 жена), чак 63% имају поверења у жене и желе да их виде на челу своје или неке друге фирме. Реч је о случајном узорку, кога су чинили испитаници оба пола и старосне доби између 18 и 60 година.

Тај проценат је већи међу мушкарцима старосне доби између 18 и 40 година (52%), него међу мушкарцима старијим од 40 година (29%). Разлог томе је што групација мушкараца средњих година и старијих још увек у великом броју случајева сматра да жене не треба да буду лидери у бизнису нити да се баве менаџерским и сличним занимањима, већ да њих и даље треба да обављају искључиво мушкарци. Најкарактеристичнији и најчешћи одговори којима су покушали да образложе свој негативни став према женама лидерима био је:

- ја сам за традиционални модел друштва, где су жене лидери у породици а не у бизнису;
- ми смо овде Балкан;
- не волим жене феминисткиње;
- не верујем женама у бизнису и озбиљно их не схватам;
- не могу да слушам да ми жена наређује у послу и слично;
- плашим се таквих жена.

Изузетно је занимљиво да многи мушкарци стављају знак једнакости између жена лидера у бизнису и жена феминисткиња, за које сматрају да су подредиле породицу и лични живот каријери како би доказале своју супериорност у "свету мушкараца". Чак и око 20% испитаних жена свих старосних доби дели ово мишљење са мушкарцима. Око 10% мушкараца, од укупног броја испитаника се плаши и саме помисли женске доминације у пословном свету, јер би то сасвим променило однос међу половима и по њиховом мишљењу знатно умањило мушки ауторитет, како у друштву тако и у породици. Сходно томе, не би волели да 21. век обележе жене и њихов успех у послу.

За разлику од мушких испитаника, жене су у већем броју прихватале жене лидере, а многе од испитаница, нарочито међу женском популацијом између 18 и 35 година су и саме желеле да се у перспективи докажу као лидери у бизнису. Оне су своје мишљење образлагале најчешће на следећи начин:

- жене имају исте, а можда и веће способности од мушкараца, тако да могу да се докажу и као лидери у послу;
- жене су постојаније у послу и много одговорније, тако да се њима више верује;
- ново време ће тражити и већи ангажман жена у мушким занимањима, тако да ће се и женама створити веће могућности да покажу и своје лидерске квалитете;
- жене су према статистикама све образованије, а у многим земљама просечно образованије од мушкараца, тако да је разумљиво што ће жене постати лидери и у послу;
- мушкарци су показали у 20. веку шта могу и шта знају, а 21. век ће бити век "успешних жена" и "мање успешних мушкараца".

Неке од женских испитаница су биле и драстичне у својим ставовима по питању мушко-женских односа у послу, али оно што се може прихватити за опште мишљење међу њима је да су жене у овој средини још увек у подређеном положају и да се овде осећа доминација мушких матрица понашања у животу и раду. Наиме, женама се много теже пружа права прилика у послу да се докажу и заузму лидерску позицију.

Овим констатацијама можемо ми са своје стране још да додамо да поред културолошких разлога, које су наше испитанице најчешће помињале, постоје у великој мери економски и социолошки разлози. Пре свега, због велике стопе незапослености жена и немогућности да нађу уопште посао или пак налазе мање атрактивне или плаћене послове, који су најчешће испод нивоа њиховог образовања и школске спреме, сходно томе и не пружају им се било какве развојне могућности и могућности напредовања. Наиме, женама се у највећој мери у последњих петнаестак година није ни пружала права прилика да покажу своје лидерске склоности и афинитете, јер већина њих се нису бориле за лидерске позиције у фирмама већ за голу егзистенцију и пуко преживљавање.

Мали је био број оних које су имале добру финансијску основу да започну властити бизнис по својој мери и тако саме себи створе шансу за успех. Ново време које мора да прате структуралне промене у економији Србије и промене у политичком и економском систему, треба да створе једнаке полазне основе за све оне, без обзира на пол, да се кроз међусобну равноправну утакмицу и без неоснованих привилегија докажу у послу и допринесу како свом личном успеху и развоју, тако и развоју комплетне економије своје земље. Некоме ће то изгледати са ових позиција у коме се налази наше друштво и привреда крајње утопистички, али до тих промена мора да дође уколико се жели "прикључак" са развијеним и модерним капиталистичким друштвима, а не повратак у феудално друштво у коме би предњачио један мали број крупних феудалаца насупрот којих би се нашла гомила сиромашног плебса. У том случају о лидерству било које врсте не би могло да се уопште говори, осим о привилегованим појединцима.

Нова парадигма у развоју лидерства

Поред поменутих истраживања, навешћемо још нека новија разматрања научника, који су приступили анализи лидерских способности жена и њиховој улози у савременим организацијама. У једној од студија ("Women as Leaders: Peacing together their reflections on life and principalship") које су се бавиле овом тематиком, научница Ненси Ен Колфлес (Nancy Ann Colfles) указала је на нову парадигму

у развоју лидерства у савременим организацијама. Наиме, она је указала да већ постоји велики број жена лидера које заједничким напорима са својим колегама утичу на развој предузетништва. Сходно томе, оне су све више и боље прихваћене, а њихов успех је запаженији него раније. "Сложена револуција указује на повећан број жена предузетница, менаџера и руководиоца у фирмама чија ће се улога мењати паралелно са ставовима и акцијама организација" (Helgessen, 1990; Lewitt, 1988; Tower, 1988).

Осим тога, без обзира какве ће пословне стратегије доминирати у перспективи, све више је изражен став међу научницима да у нове пословне концепте и њихово креирање треба обавезно укључити жене, њихова искуства и мишљење (Helgessen, 1990; Regan and Brooks, 1995).

Поред поменутих ставова има и оних који покушавају да докажу повезаност животног искуства жена са њиховим лидерским квалитетима. Тако је научник Вебстер (Webster) 1989. указао на значај "еластичности у послу" као способност брзог прилагођавања променама. Поред ове студије, може се наићи на још неколико које се баве искључиво "еластичношћу на послу", коју објашњавају као особину која карактерише високо интелигентне и јако самопоуздане жене (Ruter, 1985). Флексибилност и еластичност на послу у савременој економији која се све чешће назива "rapid-fire" економија, сматрају се најважнијим особинама које треба да поседује свака особа која се бави бизнисом, што се односи и на жене (Patricia Selers, 1999).

Као допуна поменутих истраживањима, може да послужи једна од најновијих студија која је за основни предмет својих разматрања имала такође испитивање лидерских квалитета и склоности код жена. Ова студија је рађена на Харварду и показала је да поред личних квалитета које жене лидери треба да поседују, од великог значаја је за њихов комплетан успех и улога оца у току самог одрастања, као и мајке која је по правилу одважна и увек иде испред своје генерације и времена.

Навешћемо пример Дин Даблин (Dine Dublin) која је ову тврдњу потврдила у пракси. Реч је о жени-генералном менаџеру *Chass Manhattan Bank*, која се нашла на листи 50 најуспешнијих пословних жена у САД. Она је сама дала објашњење за свој постигнут успех у послу у чијој основи се налазила подстицајна мајка, која ју је учила током одрастања како да има позитиван став према свему што јој се дешава у животу. Инсистирала је на каријери своје ћерке јер је сматрала да постизање успеха на пословном плану значи постизање не само независности у послу, већ и у животу.

Једна од такође успешних жена која се нашла при врху листе је Деби Хопкинс (Debby Hopkins), генерални менаџер *Боинга*. Када је дошла у ову чувену авио компанију није имала никаквог искуства

у авио индустрији авиона. Упркос томе, за релативно кратко време је постигла запажен успех, захваљујући свом оригиналном стилу лидерства. Наиме, успех свог стила лидерства она објашњава постизањем *добре комуникације са запосленима и форсирањем брзих промена у компанији.*

Међу онима које су се такође уврстиле међу најбоље у свом послу, издвојила се Мег Витеман (Magg Witteman) која је захваљујући обављању послова маркетинга преко интернета постала доларска милијардерка. Њени сарадници су је окарактерисали као *прототип савремене жене лидера-флексибилну, добро организовану и адаптивну на све врсте могућности и пословних изазова.* Поред интелигенције, одликује је и необична једноставност и скромност. Једном приликом је изјавила да поред ефикасног вођења посла паралелно брине и о своја два сина. У тренуцима када је њен посао био у кризи радила је по 100 сати недељно све док њена фирма није постигла потпуни опоравак.

Поред ових неколико поменутих жена лидера, чији су их успеси учинили признатим и цењеним не само у компанијама које воде већ и шире, посебно место заузима Карла Флорина (Carla Florina), председница чувене и светски познате фирме *Хјулит-Пакард.* Она се већ неколико година налази на првом месту 50 најуспешнијих жена-лидера у САД. По њеном мишљењу за тако високу позицију у свету бизниса коју заузима заслужан је у великој мери *смисао за комуникацију и добро разумевање других људи, затим велики степен адаптивности и брзо реаговање на промене, "еластичност у послу" и широко образовање које омогућава знање из више области које може да користи у свакодневном послу.*

Позната фирма *Амазон*, која је у овом раду у више наврата помињана као успешна, свој успех је постигла пре свега захваљујући свом генералном менаџеру, Ђој Ковеј (Joey Covey). Она се последњих година високо попела на хијерахији најуспешнијих, *захваљујући својој експанзивности у послу и спремности да преузме високу стопу ризика.* Често понавља своју мисао "то можда изгледа нелогично, али ја знам где идем" и тако покушава у најкраћем да објасни свој успех. У њеним биографским подацима може да се нађе да је по завршетку студија права напустила родну Калифорнију и преселила се у најзападнији амерички град до канадске границе – Сјетл. Ту се у новој средини прихватила пионирског подухвата продаје књига преко интернета. Држећи се својих узора у послу – Интела и Микрософта – направила је од фирме *Амазон* једну од најпрофитабилнијих фирми те врсте у свету. Наиме, она се по годишњој заради дуго налазила одмах после Мајкрософта.

Једна од успешних жена лидера је написала своју аутобиографију у којој је изнела како је досегла сам пословни врх. По њеном

мишљењу формираном на основу личног искуства није значајна ни подршка породице, пријатеља или других колико *партиципирате у удружењу власника бизниса*. Том удружењу она дугује сав свој успех јер јој је помогло да одабере праву идеју, добије савет, размени информације и реши многе проблеме на које наилази у свом пословању. За разлику од ње, група искусних власника бизниса је на једном од својих редовних окупљања препоручила почетницама у овом домену да *морају пуно да читају и консултују стручну литературу, као и да комуницирају са власницима сличних бизниса*. Осим тога, оне упућују критику на рачун многих бивших социјалистичких земаља које се налазе у транзицији и које у жељи да што пре премосте све потешкоће са којима се суочавају, праве озбиљне грешке. Наиме, многе фирме напуштају стари модел пословања у чијој основи се налазила потреба да се обезбеди што већи број радних места и минимизира незапосленост, уместо тога да у вођењу своје пословне политике стављају акценат на остваривању што већих профита, као основном мерилу успешности пословања. Да би то и постигли *највећу пажњу поклањају својој конкуренцији* и управо због тога су многи пропали. Другим речима, уместо да буду усредсређене на оно што треба да ураде и то на најбољи могући начин, исувише велику пажњу су поклањале конкуренцији и њиховом начину пословања. Међу стручњацима се не одбацује "праћење конкуренције", али исто тако се наглашава да оно мора бити у некој толерантној мери. Ипак сматра се да је од тога важније изградити сопствену пословну стратегију у коју ће бити уграђено *тројство – власници бизниса, потрошачи и запослени*. Само јаким везама потрошача, запослених и власника, могу се постићи жељени резултати и остварити висок профит. Фирма Балдор из САД је користила ту стратегију у задњих десетак година, што се одразило на учетворостручивање профита. Роланд Борехам, генерални менаџер компаније *Балдор*, који је у њој провео тридесет и осам година рада на разним руководећим функцијама, сматра да се *власници, запослени и потрошачи и тесне релације међу њима налазе у основи победничке филозофије менаџмента*. То није случај само његове компаније, већ ова филозофија може да има успеха и у свим другим фирмама без обзира на њихову величину. Наиме, за разлику од чувених научника из области менаџмента као што су Петер Дракер (Peter Drucker)² или Том Петерс (Tom Peters),³ који су сматрали да се *филозофија победника налази у оријентацији фирме на потрошаче*, што су поткрепљивали чињеницама и искуством најуспешнијих који је грађен на комбиновању идеја обеју страна –

² Peter Drucker, "Предузетништво и иновације", Привредни преглед, Београд, 1990.

³ Tom Peters, "Thriving on Chaos", Brookings Institute, Washington, 1988.

произвођача и потрошача, искусан менаџер и професор Роланд Боре-хам је проширио те релације. Ову своју победничку филозофију лидерства је изложио у књизи "Three-Legged Stool" (1998)⁴. Колики је значај тесних релација између власника, запослених и потрошача за комплетан успех фирме то најбоље илуструје на примеру "столице са три ноге", где свака нога симболизује један од поменута три саставна елемента бизниса. Непридавање подједнаког значаја свим поменутим елементима бизниса или стављање акцента на само један или два елемента, сви напори би пали у воду и "столица би се срушила", то јест успех бизниса би изостао.

Поред поменутих пословних стратегија и стилова лидерства, чији протагонисти сматрају да се у добрим релацијама – међуљудским и професионалним односима у фирми – налази кључ успеха, могу се чути још многа друга мишљења и објашњења, која не потенцирају ове односе, већ неке друге специфичности. Тако је, на пример, власница једне фирме која се бави производњом намештаја и детаљима за унутрашњу декорацију домаћинстава, изнела да су *оригиналне идеје и уникатност њених производа* учинили њен бизнис препознатљивим и профитабилним.

На крају се може констатовати да не постоји једна универзална пословна стратегија или стил лидерства од универзалног значаја и примењивости и поред тога што многи научници који се баве овом проблематиком покушавају већ дуго низ година да утврде и промовишу "најбољу стратегију која гарантује свима успех". Мишљења смо да треба уважити сва позитивна искуства из праксе и допунити их научним истраживањима, како би се направила флексибилна стратегија која би се мењала, допуњавала и кориговала у зависности од врсте, обима и начина обављања бизниса.

Профил жена лидера

На основу теоријских проучавања и коришћења примера из праксе, могу се јасно издвојити квалитети и специфичности оних жена лидера, које су се по својој успешности издвојиле и тако формирати њихов "профил":

1. *Оне по правилу имају између 40 и 60 година живота, мада доминирају оне између 45 и 50 година;*
2. *Већина њих има завршене студије неког од друштвених факултета (менаџмента, економије, права и др.);*

⁴ Roland S. Boreham, "The Three-Legged Stool", Boston Press, Boston, 1998.

3. Доминирају жене које имају подршку у породици, нарочито оне које своје узор траже и налазе у супериорним и креативним мајкама;

4. Обично су биле једино дете у породици или најстарије дете;

5. Поред неопходних знања и искуства која имају у вођењу великих и успешних фирми, највише им помажу интуиција и добра комуникација, као и разумевање сарадника и запослених;

6. Спремне су на брзе промене пословне стратегије у фирми;

7. Имају емоционалну стабилност, то јест поседују способност да толеришу стрес и фрустрацију;

8. Добро су организоване и уживају у томе да превазилазе различите пословне препреке. Изнад свега, оне су доминантне личности и посебне у свом стилу и начину мишљења;

9. Испољавају ентузијазам у послу и веома су активне и пуне радне енергије;

10. Увек раде најбоље што могу и теже високом нивоу самодисциплине;

11. Служе се интуицијом, јер брзе промене у савременом свету пословања комбиноване са обиљем информација, често резултирају у неспособности да се "све зна". Другим речима, интелект и логика не могу да се користе у свим ситуацијама, зато најуспешније жене лидере краси висок степен интуитивности;

12. Све успешне жене лидере краси и поседовање личне харизме. Реч је о особини која им омогућава да изврше јак утицај на запослене, преносећи на њих јасну визију посла и истовремено их мотивишући да достигну постављене циљеве;

13. Успешне жене лидери испољавају и висок степен самоконтроле и јаку вољу. Врло су пажљиве код доношења одлука или упорне да се оне до краја спроведу у пракси;

14. Веома су одважне, што се огледа у њиховој спремности да брзо и лако преузму ризик у послу, а при томе не забораве на властиту одговорност према свима запосленима у фирми;

15. Њима одговара тимски рад, јер су показале изузетне способности за сарадњу са осталим запосленима, да их подржавају и усмеравају у обављању активности;

16. Оне граде стил лидерства, који се заснива на моделу породице и тако удахњују нови дух у организацију пословања њихових фирми.

Осим горе наведених карактеристика које чине профил жена-лидера, њих одликују и визионарске способности. Односно, није довољно само да сагледају парадигму промена у друштву, већ треба да имају и јак смисао за етику и да раде на хомогенизацији људи и идеја у њиховим организацијама.

С обзиром да је мали број оних жена које се рађају са лидерским квалитетима (то важи и за мушкарце), важно је нагласити значај перманентног рада на себи и личног усавршавања, како би се развили они аспекти личности који доприносе постизању натпросечних радних резултата. Поред тога, важна је и воља да се професионално успе.

Литература

1. Roland S. Boreham, "The Three-Legged Stool", Boston Press, Boston, 1998.
2. Nancy Ann Colfles, "Women as Leaders: Peacing together their reflections on life and principalship", e-book, N.Y., 1998.
3. Rozabeth Mocc Contern, "Men and Women of Corporation", University Oclahoma, 1977.
4. Peter Drucker, "Предузелништво и иновације", Привредни преглед, Београд, 1990.
6. Том Peters, "Thriving on Chaos", Brookings Institute, Washington, 1988.
7. Мирјана Радовић, "Водич за успешан бизнис", УМС, Београд, 1995..

Mirjana Radović, Beograd

LEADERS ABILLITIES OF WOMEN AND THEIR POSITION IN THE BUSINESS WORLD

Summary

In the article authors presented the latest results of researching related to women leaders and their position in the business world, i.e. how does people look at (divided into sex, ages and level of education) women leaders and if they trust them. She compared results of one of the latest researching in the USA with the results in Serbia and Montenegro. Her scientific task was to make some conclusions and to point out some special characteristics of Balkan region. Finally, she gave some key points of her researching work and presented conclusion with the stress on the future position of women engagement in the business, where was long domination of men.

Key Words: Leadership, Women Leaders, Management, Profile of Women Leaders, Functions of Leadership, The New Paradigma in Leadership Development