

# Generacijske spremembe izziv tudi za poslovne voditelje

Ljubljana, 20. marca - Generacijske spremembe postajajo vse večji izziv tudi za poslovne voditelje, ki morajo pripadnike mlajših generacij čim bolje vključiti v obstoječe kolektive. O izzivih na tem področju je z udeleženci AmCham Young Leaders Cluba danes v Ljubljani razpravljal direktor družbe Mayer McCann Marko Majer, ki je med ključnimi elementi uspeha izpostavil prilagodljivost in potrpežljivost.

Majer, ki je doktoriral prav na temo vodenja generacije ipsilon v oglaševalski industriji, je kot enega najpomembnejših vidikov pri razlikovanju generacije ipsilon navedel povezanost z digitalnim okoljem, ki se zdi mladim danes samoumevna. "Statusni simbol sodobnih generacij je njihov profil na družbenih omrežjih," je poudaril eden od pionirjev slovenske oglaševalske industrije.

V sodobnem poslovnem okolju ukazovanje s položaja moči po njegovih besedah ne deluje več. Prihaja tudi do obrata v postopku mentoriranja, ko vlogo mentorja prevzemajo tudi mladi, starejši pa se učijo od njih. Velika sprememba je tudi pri dojetanju dela, saj je iskanje ravnotežja med delom in zasebnostjo danes v veliki meri preraslo v integracijo dela v celotno življenje.

Razlike med generacijami se po Majerjevih besedah izražajo v različnih vidikih dela, med drugim v načinu komunikacije in odzivov ter lojalnosti do podjetja. Slednja je danes manj pogosta, saj je vse manj tudi kariernih poti, ki vključujejo le enega delodajalca. Generacija ipsilon oziroma milenijska generacija se je namreč pripravljena odpovedati določeni stopnji varnosti stabilne dolgoročne zaposlitve v zameno za kreativno in izpolnjujoče delo.

Iz občinstva je Majer prejel več vprašanj o tem, kakšno poslovno okolje vzpostaviti, da bo čim bolj primerno in privlačno za milenijsko generacijo.

Poudaril je, da odnos med delodajalci in zaposlenimi ne sme biti omejen na letne razgovore; izmenjava informacij mora biti hitra in čim bolj ažurna. Delovno okolje naj bo fleksibilno, saj za učinkovitost ni vedno nujna fizična prisotnost. Vzdušje naj temelji na zaupanju in ne nadzoru, saj ni ključno, koliko časa je nekdo preživel v službi, temveč to, koliko je naredil oziroma kako uspešen je bil.

Čeprav mnogi mislijo, kot je poudaril Majer, da je spremembe mogoče uvesti le v visokotehnoloških podjetjih, primeri dobrih praks kažejo, da so zanje primerna tudi bolj običajna podjetja z lastno proizvodnjo. Kot je povedala Mateja Panjan iz družbe Danfoss Trata, so delu v prihodnosti začeli pozornost posvečati že pred dvema letoma in pol, danes pa že žanjejo uspehe.

Vrzel med generacijama je po njenih ocenah velika, vendar jo je mogoče zmanjšati. "Ključno za spremembo organizacijske kulture pa je, da vodstvo dovoli spremembe in k njim tudi pozove. Bistveno je, da je vključenih čim več ljudi," je poudarila.

V jezikovni agenciji Languagesitter, katere direktor je Mart D. Buh, je okoli 90 odstotkov zaposlenih predstavnikov generacije epsilon. "Ena od lastnosti, ki jo opažam pri nekaterih, je pomanjkanje potrpežljivosti. Vse želijo takoj; spremeniti svet, doseči uspeh. Ko nekaj naredijo, potrebujejo odziv takoj, kar pa v poslu ni vedno mogoče," je dejal Buh.

Ker je kolektiv mlad in majhen, se po Buhovih besedah vsi učijo sproti, zaradi česar so obenem bolj fleksibilni, kar je za poslovne partnerje včasih ključnega pomena.

Živa Praprotnik iz Petrola je medtem izpostavila, da se meje med generacijami tudi brišejo. Ne glede na vse pa je po njenem mnenju ključno, da pripadniki različnih starostnih skupin pokažejo čim več strpnosti in prilagodljivosti pri medsebojnem delu. "Pomembno je sodelovanje, poslušanje in sprejemanje drugih," je dejala.

Poklic prihodnosti bo po njenem mnenju bolj kot danes temeljil na medsebojni komunikaciji in medčloveških odnosih, kar je razvoj tehnologije v zadnjih letih potisnil v ozadje. "Tu vidim vrzel, ki se bo sčasoma zapolnila," je še dodala.

