



GENERACIJE NA DELU

USPEŠNO VODENJE MEDGENERACIJSKE DELOVNE KULTURE

- PRENIZKA RODNOST = OBNAVLJANJE DOLGOŽIVE DRUŽBE
- SPREMEMBA RAZMERIJ V GENERACIJSKI ZAPOSLOVNI STRUKTURI
- NEIZKORIŠČANJE POTENCIALA VSEH GENERACIJ.
- STARANJE = NEGATIVEN PROCES
- MEDGENERACIJSKO SODELOVANJE





SPOZNAJMO GENERACIJE NA DELU!

Značilnost: ČAS ODRAŠČANJA

- Proti koncu in po koncu druge svetovne vojne- čas napredka in ekonomskega razvoja

„BABY
BOOM“



- V Sloveniji čas socializma.

Generacija
X



- Dobri časi in veliko časa namenjenega izobraževanju.

Generacija
Y



Značilnost: KAJ JIH ZAZNAMUJE?

- Nuklearne družine z materami, ki so ostale doma.
- Prva generacija, kjer je bila vzgoja otrok hobi in užitek.

„BABY
BOOM“



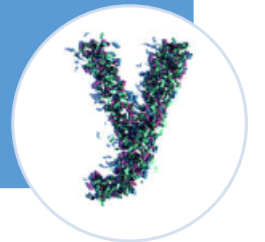
- Ločeni starši in matere na delu.
- Tranzicijska generacija.
- Socializem – turbokapitalizem.

Generacija
X



- V izobraževanju preživeli več časa kot katerakoli prejšnja generacija.
- Velik krog poznanstev.

Generacija
Y



Značilnost: KAJ JE POMEMBNO?

- Služba oz. poklic jih definira in nimajo ravnotežja med delom in preostalim življenjem.

„BABY
BOOM“



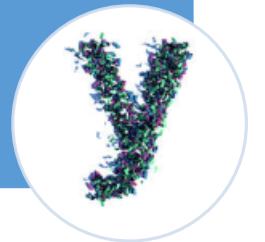
- Spremenjena vloga žensk- mnoge matere delale izven svojega doma.
- Večina jih je prizadetih zaradi ločitve (v širši družini).

Generacija
X



- IT- eksplozija informacij in dražljajev.
- Odraščanje s tehnologijo.
- Praktično enakopraven odnos med starši in otroci.

Generacija
Y



Značilnost: VREDNOTE GENERACIJE SO...

- Optimizem, timska orientiranost, osebno priznanje, zdravje in zdrav način življenja, osebna rast, delo in udeležba pri odločanju.

„BABY
BOOM“



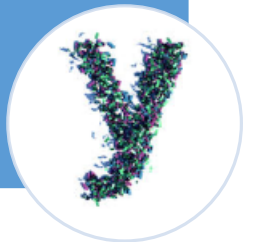
- Raznolikost, globalno razmišljanje, uravnoteženost, tehnološka izobraženost, zabava, neformalnost, zanašanje nase in pragmatizem.

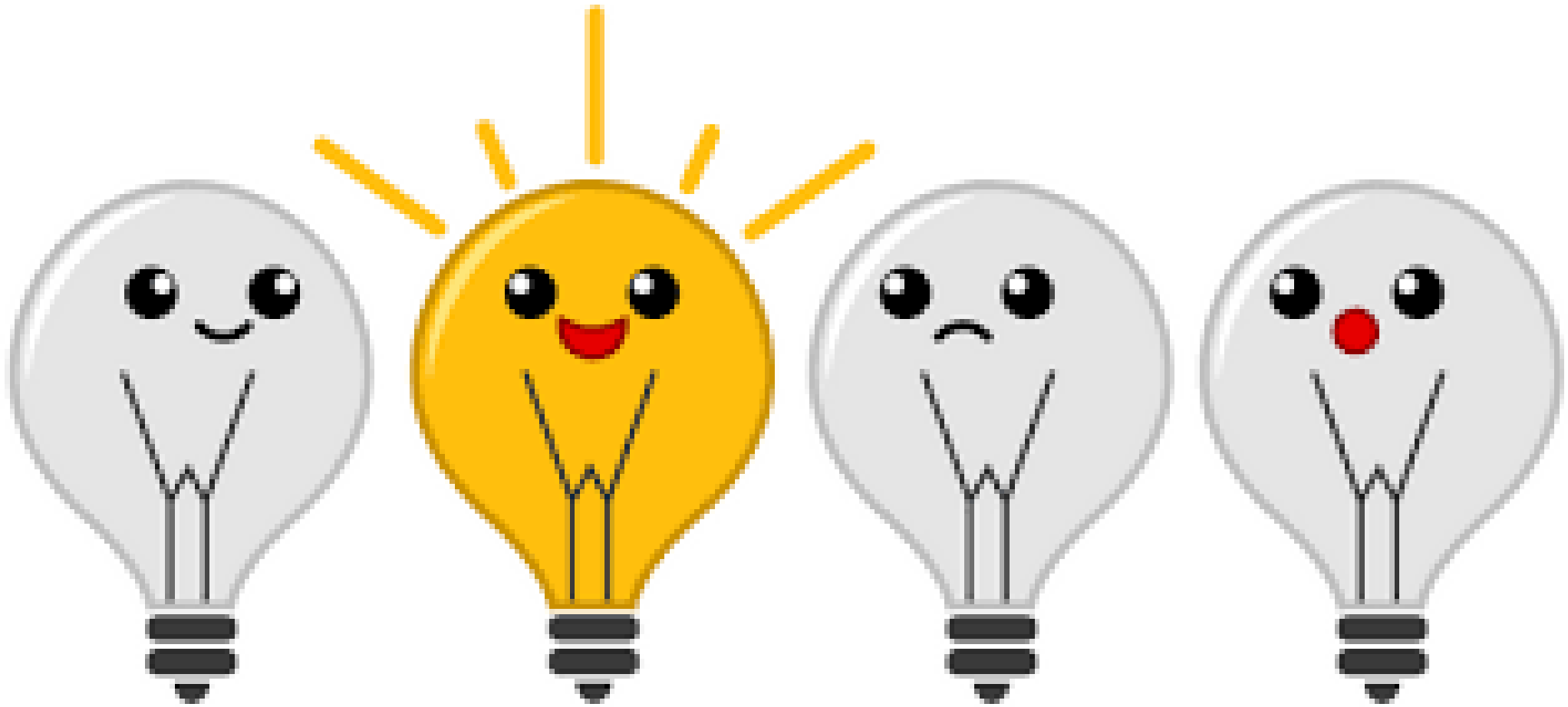
Generacija
X



- Optimizem, civilna dolžnost, samozavest, dosežki, družabnost, etika, raznolikost.

Generacija
Y





RAZNOLIKOST = IZZIV IN PRILOŽNOST!

PRISOTNOST GENERACIJSKO RAZNOLIKIH
DELOVNIH SKUPIN

=

POVEČANJE MOŽNOSTI ZA STEREOTIPE
IN STEREOTIPNE GROŽNJE

- ZMANJŠANJE USPEŠNOSTI
- NOTRANJI PRIPISI ZA NEUSPEH
- STANJE FRUSTIRANOSTI
- IRONIČNI UČINEK
- SAMOOVIRANJE
- ZMANJŠEVANJE POMEBNOSTI NALOGE
- ODDALJEVANJE SAMEGA SEBE OD STEREOTIPNE SKUPINE
- UMIK IN ANOMIZACIJA
- SPREMENJENA POSLOVNA IDENTITETA IN ŽELJE



CILJ: Z ODPRAVO STEREOTIPOV IZ ODLOČANJA V ORGANIZACIJI- RAZNOLIKI ZAPOSLENI PRISPEVAJO K USPEŠNOSTI, VSI ZAPOSLENI USPEVAJO IN NAPREDUJEJO!



**NAJVIŠJA VREDNOST JE V LJUDEH SAMIH!
USPEŠNI KADRI SO GENERATORJI VISOKE
DODANE VREDNOSTI.**



KOMUNIKACIJA

- SPOŠTOVANJE
- SPOŠTLJIVA KOMUNIKACIJA (aktivno poslušanje, asertiven govor, izogibanje pasivno agresivne komunikacije, spoštovanje med konfliktom)

MEDGENERACIJSKA KOMUNIKACIJA?

„BABY BOOM“ GENERACIJA

- Dobri poslovni rezultati kot preplet medosebnih odnosov in posla.
- Začetek pogovora: vprašanje o družini, hobijih.
- Pogovor obojestranski (participativen)- deljenje mnenja.

PRI KOMUNIKACIJI PAZITE NA:

- „Pokaži mi“ generacija, govorica telesa je zato pomembna.
- Govorimo v odprtem, direktnem stilu, vendar izogibajmo se kontrole.
- Na vprašanja odgovarjamo izčrpno in pričakujemo še več vprašanj za razjasnitev podrobnosti.
- Predstavimo različne možnosti.

Generacija X

- Vzpostavljanje stika = dajati občutek, da je njihov čas pomemben.
- Komunikacija je direktna in odkrita.
- Posredovanje navodil in delovnih nalog = jasno predstavljeno, do kdaj mora biti naloga izvedena.

PRI KOMUNIKACIJI PAZITE NA:

- Uporaba elektronske pošte kot primarnega vira komunikacije.
- Povprašajmo jih za povratno informacijo, zagotovimo jim konstanten vir povratne informacije.
- Z njimi delimo vse pomembne informacije.
- Uporabljamo neformalen komunikacijski stil.

Generacija Y

- Ton komunikacije naj bo pozitiven.
- Izogibajmo se cinizmu in sarkazmu.
- Pozornost – njihovim osebnim ciljem.
- V največji možni meri vključimo v organizacijske cilje.
- Pomembno, da jih znamo poslušati, znati pokazati, da nas zanima tudi njihov osebni razvoj.

PRI KOMUNIKACIJI PAZITE NA:

- Uporabljamo besede akcije, jih spodbujamo ob vsaki priložnosti.
- Zamerili nam bodo, če bomo z njimi govorili gospodovalno.
- Najraje imajo komunikacijo po elektronski pošti.
- Uporabljajmo humor.
- Spodbujajmo jih k sprejemanju odgovornosti.

KAJ PA GENERACIJA Z?

- Rojeni v „digitalni svet“.
- Glavno orodje komunikacije = internet.
(posledica: slabše razvite verbalne komunikacijske veščine)
- Način komuniciranja predvsem preko spletnih skupnosti.
- Dobivanje na spletu, osebno srečanje.
- Člani velikih skupnosti.
- Manjša sposobnost javnega nastopanja in manjše spoštovanje zasebnosti.
- Nestrpnost in želja po hitrih dosežkih.
- Razvit močan občutek za socialne pravice, visoko izobraženi in inovativni misleci.

IZHODIŠČA PRI RAZMISLEKU:

- KATERE SO GENERACIJE, S KATERIMI SE SREČUJEM?
- V KAKŠNEM DRUŽBENEM KONTEKSTU SO POSAMEZNIKI ODRAŠČALI?
- NA KAKŠEN NAČIN KOMUNICIRAM Z NJIMI?
- KAKO BI SI JAZ ŽELEL, DA BI KOMUNICIRALI Z MANO?

MEDGENERACIJSKI MANAGEMENT

NE PRINAŠA USPEHA KAR ČEZ NOČ!

- **AKTIVNOSTI = USMERJENE NA VSE STAROSTNE SKUPINE in med VSE ORGANIZACIJSKE NIVOJE ZAPOSLENIH**
- **MEDGENERACIJSKE RAZLIKE**
- **MISELNOST = USPEŠNOST ZAPOSLENIH JE ODVISA OD NJIHOVIH SPOSOBNOSTI IN NE STAROSTI!**

- VEČJA KONKURENČNOST
- VEČJA PRODUKTIVNOST
- VEČJA ZAPOS LJIVOST DELOVNE SILE
- VEČJA INOVATIVNOST IN KREATIVNOST
- LAŽJE SPREJEMANJE ORGANIZACIJSKIH SPREMEMB
- VEČJA MEDGENERACIJSKA SOLIDARNOST
- DELOVNA MOTIVACIJA
- ZADOVOLJSTVO ZAPOS LENIH

A hand-drawn circle with the word "WHY" written inside in a bold, black, sans-serif font. The circle is drawn with thick, black, slightly irregular lines, giving it a sketchy, hand-drawn appearance. The word "WHY" is centered within the circle. The background is white.

WHY

POGOJI ZA USPEŠEN MEDGENERACIJSKI MANAGEMENT?

- Podpora vodstva.
- Usposobljenost vseh zaposlenih.
- Usposobljenost odgovornih za HRM, za izvajanje aktivnosti, povezanih s starostno raznolikostjo.

PRAV TAKO TUDI...

- Organizacijska kultura in klima.
- Organizacijska struktura.
- Sistematizacija delovnih mest.



Primer: MENTORSTVO

- ZAKAJ?
- KDO JE MENTOR?
- MENTORSKI PROCES?
- VLOGA MENTORIRANCA?
- KDO JE LAHKO (KOMU) MENTOR?
- KAKO POTEKA MENTORSKI PROCES?
- KAKO LAHKO POTEKAJO SREČANJA?
- POSTAVITEV CILJEV V MENTORSKEM PROCESU?

LITERATURA

- Nikoli prestari za učenje - Izzivi pri izobraževanju starejših in spodbujanje medgeneracijskega sožitja (Žunko, Lužar Šajt, Karničnik, Marovšek, Breznik)
- Medgeneracijsko sodelovanje (Šarotar Žižek, Veingerl Čič)
- Stereotipna grožnja na delovnem mestu: primer generacij (Ažman, Ruzzier, Škerlavaj)
- Four generations in the workplace who are they
- Success through intergenerational management
- Bridging gap improving intergenerational communication