



GazelleCG.com

اگر این ۴ راز را بدانید، دهه هفتادی‌ها کسب و کار شما را متحول می‌کنند + پادکست

اگر بدانید هر کدام از نسل‌هایی که در سال‌های گذشته متولد شدند، چه ویژگی‌ها و توانایی‌هایی داشتند و رهبران و مدیران چگونه می‌توانستند با شناخت این ویژگی‌ها بر آنها مدیریت کنند، احتمالاً زاویه نگاه‌تان به نیروی کار و نحوه بهره‌برداری از پتانسیل‌های آنها بطور کل تغییر کند.

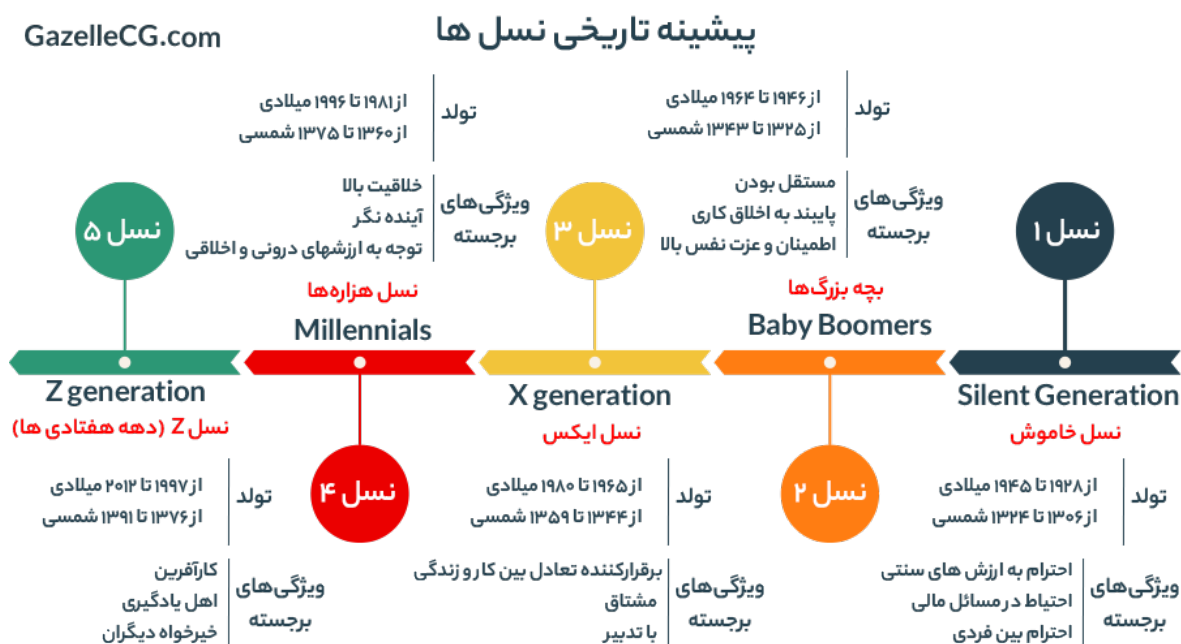
در هر دوره‌ای از تاریخ، نسل‌های مختلفی زندگی کرده‌اند که هر کدام از آنها، دارای ویژگی‌های منحصر به فرد خودشان بودند. اما امروزه جوامع، اقتصادها و کسب‌وکارها با نسلی روبرو هستند که نه تنها می‌خواهند زمین را به جای بهتری برای زندگی کردن تبدیل کنند، بلکه با کمک فناوری‌های جدید، کسب‌وکارها و فضای حرکتی آنها را دگرگون خواهند کرد. این نسل که ما آنها را بیشتر با نام **دهه هفتادی‌ها** بیشتر می‌شناسیم، کسانی هستند که در حال تغییر ساختارها و معادلات فضای کسب و کارها هستند.

این نسل زمینه‌ساز تغییرات بسیار بزرگی شده و در حال حاضر با سرعت بالایی در حال پیمودن مسیری در جهت رشد، پیشرفت و بهبود کیفیت است. در ادامه به هر کدام از نسل‌های قبل از دهه هفتادی‌ها و نسل‌های پیش از آن می‌پردازیم.



پیشینه تاریخی نسل‌ها

اگر بخواهیم نگاهی به نسل‌هایی که بیش از صد سال گذشته زندگی می‌کرده‌اند داشته باشیم، می‌توانیم به تصویر زیر اشاره کنیم و با نگاهی از پایین به بالای محور، به ترتیب نسل‌ها را بررسی کنیم:



• نسل اول Silent Generation: یا نسل خاموش

این نسل بین سال‌های ۱۹۲۸ تا ۱۹۴۵ میلادی (از سال ۱۳۰۶ تا سال ۱۳۲۴ شمسی) متولد شدند و در دنیا، تجربیاتی همچون جنگ جهانی دوم و رکودهای بزرگ را پشت سر گذاشته‌اند. تجربیات این نسل، درس‌ها و نگرش‌های مختلفی را نسبت به محل کار شکل داد.

از جمله ویژگی‌های بارز این نسل می‌توان به احترام به ارزش‌های سنتی، احتیاط به کار بردن در مسائل مالی، احترام بین فردی، تاب‌آوری بالا در برابر مشکلات، از خودگذشتگی و ... نام برد.



- **نسل دوم Baby Boomer: یا بچه بزرگ‌ها**

این نسل بین سال‌های ۱۹۴۶ تا ۱۹۶۴ میلادی (از سال ۱۳۲۵ تا سال ۱۳۴۳ شمسی) متولد شدند. این نسل در میانه‌ی پایان جنگ جهانی متولد شدند و تجربیاتی به نسبت متفاوت را زندگی کردند. این نسل، عموماً افراد تاثیرگذاری در نظام‌های اقتصادی جوامع بودند و توانستند از این منظر به جامعه خود کمک کنند.

از جمله ویژگی‌های مهم این نسل می‌توان به مستقل بودن، اخلاق کاری بالا، اطمینان و عزت نفس بالا، هدف محور بودن و... را نام برد.

- **نسل سوم X Generation: یا نسل X**

این نسل بین سال‌های ۱۹۶۵ تا ۱۹۸۰ میلادی (از سال ۱۳۴۴ تا سال ۱۳۵۹ شمسی) متولد شدند. این نسل جز اولین نسل‌هایی بودند که به تازگی با کامپیوتر (در کشورهای توسعه یافته) مواجه شدند. از کسانی که در این نسل قرار دارند، معمولاً به عنوان افرادی مدیر، مستقل، مشتاق و برقرار کننده تعادل میان کار و زندگی یاد می‌شود.

- **نسل چهارم Millennials: یا نسل هزاره‌ها**

این نسل بین سال‌های ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۶ میلادی (از ۱۳۶۰ تا ۱۳۷۵ شمسی) متولد شدند و چون در اواخر هزاره متولد شدند، به آنها این نام را اطلاق می‌کنند. از هزاره‌ها به عنوان یکی از سازگارترین و خلاق‌ترین نسل‌ها یاد می‌شود که پرجمعیت‌ترین گروه سنی در تاریخ مدرن است.

هزاره‌ها در دنیای فناوری متولد شدند و در هزاره جدید به بلوغ رسیدند. این نسل شاهد رشد و توسعه فناوری بوده است. در نتیجه، آن‌ها نسبت به نسل‌های قبلی، مترقی‌تر، خلاق‌تر و دوران‌دیش‌تر تلقی می‌شوند. به گفته [مرکز تحقیقاتی پيو](#)، بسیاری از هزاره‌ها ممکن است بیشتر به ارزش‌های درونی و اخلاقی نسبت به ایدئولوژی‌های بیرونی و مادی توجه داشته باشند.

- **نسل پنجم Z Generation: یا نسل Z**

نسل Z (یا Z Generation) که در ایران ما آنها را با نسل دهه هفتادی‌ها می‌شناسیم)، سرآمد همه نسل‌های گذشته است و نسلی هستند که در فاصله سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲ میلادی (از سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۱ شمسی) متولد شده‌اند و زمینه‌ساز تغییرات



کلیدی در نگرش‌ها، گرایش‌ها و دیدگاه‌ها شده‌اند. این دسته از افراد، کسانی هستند که از نظر وجودی، تفاوت‌های بسیار زیادی با دیگر نسل‌ها دارند.

این نسل از تنوع نژادی و هویتی برخوردار هستند و در کشورها و قاره‌های مختلف، با دیدگاه‌ها و چشم‌اندازهای متفاوت زندگی می‌کنند. برای مثال [در کشور آمریکا، نسل Z بیش از یک چهارم جمعیت این کشور را تشکیل می‌دهد](#) و تا سال ۲۰۲۰، متنوع‌ترین نسل در تاریخ این کشور خواهد بود. همچنین یکی از ویژگی‌های بارز این نسل این است که آنها با فناوری‌های دیجیتال پیوند خورده‌اند؛ چرا که از همان دوران نوجوانی در معرض اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و نوآوری‌های بزرگ در دنیای تکنولوژی قرار گرفته‌اند.

Z Generation چه ویژگی‌هایی دارد؟

[مطالعه‌ای که مکنزی در کشور برزیل انجام داد؛](#) نشان می‌دهد افرادی که در این نسل جای می‌گیرند، در ویژگی‌های زیر مشترک هستند:

- این نسل به دنبال حقیقت است.
- این نسل برای صحبت‌های هر فرد، ارزش قائل است و به دیگران برچسب نمی‌زند.
- آنها به دلایل گوناگون، در انجام دادن کارهای مختلف با یکدیگر همکاری گروهی می‌کنند.
- آنها عمیقاً به گفتگو کردن برای حل تعارضات یکدیگر اعتقاد دارند.
- آنها افرادی تصمیم‌گیرنده هستند و با تحلیل کردن شرایط با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند.




■ چند وظیفه‌ای:
دهه هفتادی‌ها عادت دارند چند کار را بصورت همزمان انجام دهند.

■ کارآفرین:
دهه هفتادی‌ها کارهایی که در آن احساس استقلال داشته باشند را می‌پسندند. حدود ۷۲٪ نوجوانان دهه هفتادی، دوست دارند کسب و کار خودشان را داشته باشند.

■ اهل یادگیری:
نسل دهه هفتادی‌ها بصورت پیوسته در حال یادگیری هستند. معمولاً از هر ۲ نفر، ۱ نفر برای تحصیل به دانشگاه می‌رود.

■ خیرخواهی:
اکثر دهه هفتادی‌ها می‌خواهند در دنیا کارهای خوب و مثبتی انجام دهند و مهم‌ترین معیاری که برای کار در یک سازمان به آن توجه می‌کنند این است که آن سازمان، چه تاثیری بر جامعه می‌گذارد.

■ اجتماعی:
دهه هفتادی‌ها ذاتاً اجتماعی هستند و روزانه بطور متوسط ۶-۷ ساعت را صرف برقراری روابط اجتماعی با دوستان و خانواده می‌کنند.

■ عاشق فناوری:
دهه هفتادی‌ها جواب بیشتر سوالاتشان را در گوگل پیدا می‌کنند. ۶۶٪ آنها اعتقاد دارند فناوری، باعث می‌شود حس کنند که انجام هر کاری ممکن است.

■ دیجیتال محور بودن:
نسل دهه هفتادی‌ها، اولین نسلی هستند که از ابتدای تولدشان، تا حد زیادی با فضاهای دیجیتال در تعامل بوده‌اند. آنها بطور متوسط ۱۵ ساعت در هفته، مشغول کار با تلفن‌های هوشمند خود هستند.

■ اهل تعامل و ارتباط:
دهه هفتادی‌ها دوست دارند با دیگران تعامل و ارتباط مناسب داشته باشند.

■ توجه پایین:
دهه هفتادی‌ها، همواره در حال به روز رسانی اطلاعاتشان هستند. به همین دلیل، دامنه توجه آنها در حدود ۸ ثانیه است.

■ محتاط:
به دلیل اینکه دهه هفتادی‌ها در دوره‌ی رکودهای بزرگ رشد کرده‌اند، معمولاً نسبت به هزینه‌ها محتاط عمل می‌کنند. تقریباً ۵۷٪ آنها به جای خرج کردن پول هایشان، آن را ذخیره می‌کنند.

GazelleCG.com

ویژگی‌های دهه هفتادی‌ها

اما اگر بخواهیم بصورت کلی و فارغ از تقسیم‌بندی‌های منطقه‌ای به موضوع نگاه کنیم، می‌توانیم بگوییم دهه هفتادی‌ها یا نسل Z دارای ویژگی‌های زیر هستند:

- نسل Z انتظار بالایی از کار کردن با فناوری‌های مدرن دارد
- نسل Z تمایل به تعاملات بین فردی دارد.
- نسل Z روحیه کارآفرینی دارند
- نسل Z به محیط‌هایی که اقتدارگرا هستند، علاقه زیادی ندارد
- نسل Z از تغییر، استقبال زیادی می‌کند
- نسل Z برای انعطاف‌پذیری ارزش قائل است
- نسل Z افرادی هستند که بازخوردهای سریع دریافت می‌کنند و با سرعت بالایی خود را بهبود می‌دهند



قبل از اینکه ادامه مطلب را بخوانید، بگذارید تا سوالی از شما بپرسیم. آیا می‌دانید رازهای استفاده موثر از نیروهای دهه هفتادی در کسب و کارها چیست و سازمان‌ها برای استفاده حداکثری از این نسل، باید چه کارهایی انجام دهند؟ برای اینکه به جواب این سوالات برسید، پیشنهاد می‌کنیم پادکست زیر را گوش دهید.

[\[audio mp3="https://gazellecg.com/wp-content/uploads/2022/08/ZGenFF.mp3"\]\[/audio\]](https://gazellecg.com/wp-content/uploads/2022/08/ZGenFF.mp3)

تغییر نگاه سازمان‌ها از گذشته تا به امروز

کمی به عقب برمی‌گردیم تا روند شکل‌گیری فرهنگ‌های کاری و ارتباط آن با نسل‌های مختلف را بیان کنیم.

اگر بخواهیم افرادی را که در سال‌ها و دهه‌های گذشته، به کارهای گوناگونی در کشور مشغول بوده‌اند را مقایسه کنیم، می‌توانیم بگوییم کسانی که در دهه‌های ۵۰ یا ۶۰ شمسی (X Generation) وارد فضای کسب و کار می‌شدند، با فرهنگ سازمانی و نحوه تعاملات کاملاً متفاوتی نسبت به امروزه روبرو می‌شدند و رفتار می‌کردند.

برای مثال افراد در گذشته، احترام را در بیرون از خود جستجو می‌کردند و این را نوعی افتخار می‌دانستند که به قول معروف هرگز پایشان را جلوی پدران‌شان دراز نکرده‌اند. این طرز فکر به فضای کسب‌وکار هم سرایت کرد و نیروی کار، احترام و ارزش بسیار والایی برای کارفرما و سازمانی که در آن کار می‌کرد، قائل بود.

یا در مثالی در فضای سازمانی، اگر یک کارفرما برای انجام شدن یک کار، دستوری می‌داد؛ حرف، حرف او بود و به ندرت کسانی بودند که می‌توانستند اصطلاحاً روی حرف مدیر حرف بزنند و بخواهند مخالف نظر او، نظری بدهند. همه این مثال‌ها نشان‌دهنده نوعی **خرد جمعی**، منحصر به آن زمان بود که شاید در زمان کنونی، نوع دیگری از خرد جمعی را تجربه می‌کنیم.

ضرب‌المثل معروفی که در گذشته و برای ارزش گذاشتن به کار کردن، پرکاربرد بود:

برو کار کن مگو چیست کار، که سرمایه جاودانگی است کار



تاثیر حضور نسل دهه هفتادی‌ها بر کسب‌وکارها

با حضور این نسل از انسان‌ها از سال ۱۹۹۷ میلادی (۱۳۷۶ شمسی)، فضای کسب‌وکارها و صنایع، تغییرات شگرفی کرد و در سال‌های پیش رو، این تغییرات با سرعت بالایی ادامه پیدا می‌کند. تاثیر این نسل در **سازمان‌ها، فناوری، سیاست، فرهنگ و بسیاری از صنایع** کاملاً عمیق خواهد بود و با توجه به اینکه آنها، دیدگاه منحصر به فردی در مورد هر کدام از این حوزه‌ها دارند، باید به دنبال راه‌حل برای همراه کردن این نسل با کسب‌وکارها بود.

نکته ای که در اینجا باید به آن اشاره کنیم این است که اکثر مدیران فکر می‌کنند این دسته از افراد، باید الزاماً خود را با سازمان ما هماهنگ کنند. اما حقیقت چیز دیگری است؛ چرا که معیار این نسل نسبت به نسل‌های قبلی بطور کلی تغییر کرده است. برای مثال **دهه هفتادی‌ها حقوق را کمتر از هر عامل دیگری در انتخاب شغل مهم می‌دانند**. آنها معتقدند کاری که خسته‌کننده باشد را انجام نمی‌دهند و دوست دارند کاری را انجام دهند که برایشان جذاب باشد؛ حتی به این قیمت که حقوق کمتری دریافت کنند.

به همین دلیل کسب‌وکارها و مدیران باید تمام تلاش خود را به کار بگیرند تا ضمن فراهم کردن شرایط مناسب برای این دسته از افراد، شرایط و زیر ساخت‌های لازم و ضروری را برای این دسته از افراد آماده کنند و نسبت به نسبت به قول و قرارهای خود متعهد بمانند.

آینده کسب‌وکارها و ارتباط آن با نسل دهه هفتادی‌ها

همانطور که در مورد ویژگی‌های این نسل و تغییراتی که مدیران برای همکاری اثربخش با این نسل از افراد باید بپذیرند؛ صحبت شد، خود کارها نیز باید نکات مهمی را در نظر بگیرند؛ برای مثال مسائل اخلاقی کسب‌وکار و ارتباط میان ماشین و انسان و اینکه مشاغل در ۵۰ سال آینده، چه تغییراتی خواهند کرد؛ همگی از جمله موارد مهمی هستند که باید با دقت مورد بررسی قرار بگیرد.

بطور کلی برای اینکه بتوانیم ترسیم کلی از آینده کسب‌وکارها و حضور نسل Z یا دهه هفتادی‌ها در فضای سازمان‌ها داشته باشیم، لازم است تاکید کنیم که نیروی کار برای ارائه عملکردی اثربخش، باید به مهارت‌های کلیدی زیر مجهز باشد:



- ابزارهای دیجیتال و مهارت‌های مرتبط با فناوری
- تجزیه و تحلیل و **مدیریت کسب و کار بر اساس داده‌ها**
- مهارت‌های مدیریت کسب و کار (مانند مهارت‌های نرم)
- طراحی و مهارت‌های خلاقانه

چگونه می‌توان از دهه هفتادی‌ها بالاترین بهره‌وری را دریافت کرد؟

سازمان‌ها برای اینکه بتوانند بیشتری بهره‌برداری را از نسل دهه هفتادی‌ها داشته باشند، باید ذهنیت‌های خود را تغییر دهند و در راستای سه مرحله زیر اقدام کنند:

۱- معنا دادن

در گذشته وقتی فردی به عنوان یک نیروی تازه نفس، قصد ورود به بازار کار را داشت، مهم‌ترین سوالی که در ابتدا از او می‌پرسیدند این بود که "آیا می‌توانی شاگردی کنی و (اصطلاحاً) غلام حلقه به گوش باشی؟"

اما امروز شرایط تغییرات زیادی کرده است. نکته‌ای که در مورد **دهه هفتادی‌ها** وجود دارد این است که **خودانگاره آنها، ارزشمندی** است. بر خلاف نسل‌های قدیمی که معمولاً احساس کم ارزشی می‌کردند، این نسل در خود انگاره خود احساس ارزشمندی می‌کند و چون این امر را از بیرون طلب نمی‌کند، رویکرد متفاوتی نسبت به کار و زندگی دارد.

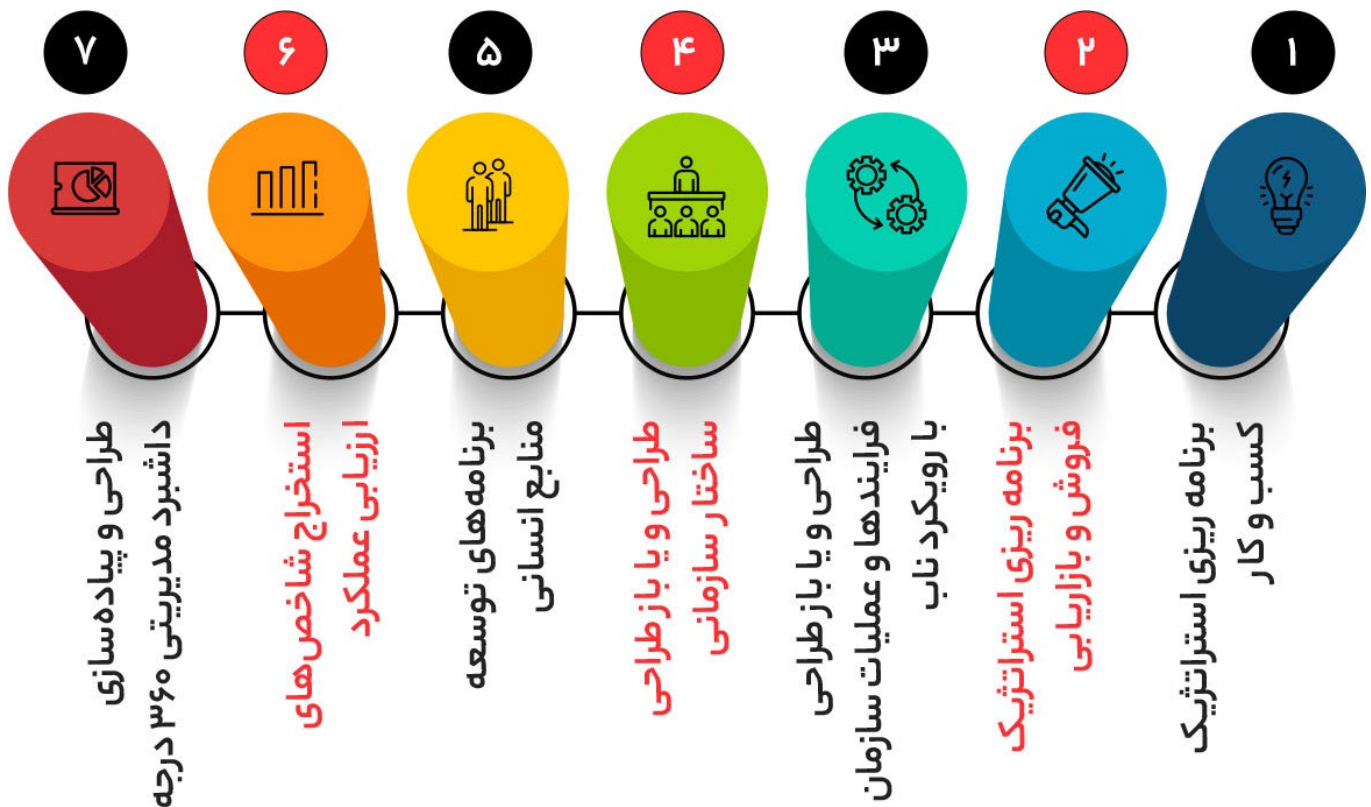
حال این دسته از انسان‌ها و تفکرات‌شان، عیناً به فضای کسب و کارها منتقل شده است. برای مثال این افراد، بر خلاف نسل‌های قبلی که در یک چارچوب ایستا کار می‌کردند، معمولاً **افراد بسیار خلاق هستند** و در **چارچوب‌های بسته سازمانی قرار نمی‌گیرند**. دلیل این اتفاق این است که این نسل، ارزش را در چیزهای دیگری جستجو می‌کند و به معنای‌های والاتری توجه می‌کند؛ در این شرایط، جنس نیازمندی این افراد برای کار در سازمان‌ها تغییر می‌کند و اگر مدیریت بخواهد در تعامل با این نسل، به کارایی بالایی دست پیدا کند و حداکثر دستاورد را از این نیروها داشته باشد، باید در ابتدا بداند که این افراد نه تنها در سطوح ابتدایی هرم مازلو قرار ندارند، بلکه نیازهای متفاوتی دارند که اگر برآورده نشود، قادر نیستند در آن سازمان، عملکرد مطلوبی از خود به جای گذارند.



۲- ارائه زیرساخت مناسب برای تسهیل انجام کارها

این نسل، نسل پیشتاز است و مهم‌ترین هدفی که دارد این است که بتواند زندگی را راحت‌تر کند. به همین دلیل، افرادی که در این نسل حضور دارند، اساساً بر این باور هستند که تحت شرایط و امکانات خاصی می‌توانند کار کنند. به بیان دیگر، آنها معتقدند که برای انجام یک کار، باید زیرساخت داشت و **فرآیندهای کاری** را به گونه‌ای طراحی کرد که یک کار، به **بهینه‌ترین و ساده‌ترین** شکل ممکن انجام شود تا در نهایت بتوان عملکرد را تسهیل کرد.

بدلیل شناسایی این نیاز مهم در نسل دهه هفتادی‌ها، راهکارهای تحول سازمانی از جمله **SSM یا راهکار جامع تحول سازمانی** **مدیریت هوشمند استراتژیک** در اینجا اهمیتی دو چندان پیدا می‌کند. این راهکار سازمانی با استفاده از ۷ مرحله‌ای که در تصویر زیر می‌بینید، می‌تواند با ساختارسازی موثر برای کسب و کارها، بستر تغییرات مثبت را برای کارکنانی که به دنبال رشد و بهبود هستند، فراهم کند.





برای مثال در **شرکت‌های پخش** که در گذشته نه چندان دور، نیروها، با دفتر و کاغذ ثبت سفارش می‌کردند، امروزه رویکرد جدیدی را به دلیل حضور دهه هفتادی‌ها توسعه داده اند و به جای استفاده از قلم و کاغذ، از تبلت برای ثبت سفارش استفاده می‌کنند.

۳- ارتقاء مهارت‌های نرم

یکی از اقدامات مهمی که سازمان‌ها برای نسل دهه هفتادی‌ها باید انجام دهند این است که برای ارتقاء مهارت‌های نرم آنها برنامه‌ریزی کنند. برای مثال فارغ از اینکه آن فرد در سازمان چه وظیفه‌ای بر عهده دارد، مهم‌ترین مهارت‌هایی که لازم است هر فردی از آنها بهره‌مند باشد، مهارت‌های مدیریت زمان، اولویت‌بندی کارها و تکنیک‌هایی است که در این راستا می‌تواند کمک‌کننده باشد.

در صورتی که این مهارت‌ها به افراد آموزش داده شود، آنها قادر خواهند بود با توجه به توانایی و قابلیت‌هایی که دارند، عملکرد مناسبی از خود به جای بگذارند.

۴- ایجاد خودباوری و به رسمیت شناختن این نسل

زمانی که مدیر به کارکنان دهه هفتادی خود اعتماد می‌کند؛ در واقع زمینه‌های خودباوری را در آنها ایجاد می‌کند تا بتوانند با حداکثر باور و توان خود در سازمان کار کنند. در واقع اگر سازمان‌ها به این افراد احساس ارزشمندی و به رسمیت شناخته شده بدهند، خواهند دید چگونه با ارائه بهترین عملکرد، کسب‌وکار شما را متحول می‌کنند.

جمع بندی

تجربه من (نویسنده این مطلب) به عنوان کسی که در این نسل قرار دارد این است که شرکت مشاوره مدیریت غزال، با مهیا کردن بستری که بتوان در آن، به راحتی تغییر را ایجاد کرد و در راستای آن، کارهای اجرایی و اثرگذار خلق کرد، نشان‌دهنده‌ی این موضوع است که بسیاری از کسب‌وکارهای ایرانی که این روزها و حتی در سال‌های آتی با این نسل در ارتباط خواهند بود، می‌توانند با فضا سازی مناسب به انسان‌های نسل Z کمک کنند تا بدون وجود ساختارهای بسته و غیرمنعطف، بتوانند آزادانه فکر کنند و در سازمان تصمیمات مهمی بگیرند.