

## SECȚIUNEA 4: SUPTOR INFORMATIC ȘI METODE CANTITATIVE ÎN ECONOMIE

### THE IMPACT OF THE GENERATION GAP ON BUSSINESS

#### IMPACTUL DECALAJULUI GENERAȚIONAL ASUPRA BUSSINESS-ULUI

**BOLDURESCU Mihaela, studentă, Specialitatea: D**

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)

e-mail autor: [mihaela.boldurescu@gmail.com](mailto:mihaela.boldurescu@gmail.com)

**Abstract.** *Whether, it is health, political, social or cultural issues, it seems the older generation always forgets they were disobedient and rebellious too, in their youth. Generation gap would not be that serious a problem if families learn to sit over dinner and amicably settle things by ironing out differences and sharing experiences. Family outings, vacations, tours, picnic-outings could be effective ways to initiate intimacy between parents and children. Watching movies and discussing them, putting forth different viewpoints can be a beginning to inculcate the habit of a healthy dialogue between members of the family. Such small things and steps can do wonders in initiating a healthy family atmosphere and reducing friction between two generations that are both right from their perspectives. Their only folly is that they are viewing the same thing from opposite directions. Age, time and experience or the lack of it, forces them to do so. The purpose of this article is to identify the existing types of generations, the major differences in opinions of various generations and where do these differences come from, and how they affect the business area.*

**Keywords:** *generation, society, gap, differences, relationships, young people.*

**JEL CLASSIFICATION: J62, J1**

**INTRODUCERE.** Conflictul dintre generații este o constantă a vieții sociale. Mentalitățile diferite, schimbarea sistemului de valori și lipsa de comunicare, sunt cauzele principale care duc la apariția conflictelor între copii și părinți. Decalajul dintre generații nu ar fi o problemă atât de gravă dacă familiile ar învăța să discute, să își rezolve problemele pe cale amiabilă, eliminând diferențele și împărtășind experiențe [1].

Decalajul dintre generații reprezintă diferența de valori și atitudini ale generațiilor, în special între tineri și părinții lor. Acest decalaj provine din faptul că persoanele în vârstă și tinerii nu se înțeleg unii pe alții din cauza diferențelor lor în experiențe, opinii, obiceiuri și comportament.

Primele cercetări ale conflictului dintre generații au fost realizate de către sociologul german Karl Mannheim. Acesta a observat diferențele dintre generații în momentul trecerii de la adolescență la maturitate, a cercetat modurile în care generațiile se îndepărtează una de alta în diferite domenii ale vieții.

În prezent, literatura de specialitate face distincție între 6 grupuri majore de generații:

- Generația Tăcută (Silent Generation) – din această generație fac parte persoanele născute între anii 1928-1945;
- Baby boomers – generația născută între anii 1946-1964;
- Generația X (Generation X) – cei născuți între anii 1965-1980;
- Generația Y / Milenialii (Generation Y / Millenials) – persoanele născute în perioada 1981-1990;
- Generația Z (Generation Z) – generația anilor 1990-2010;
- Generația Alfa (Generation Alpha) – prima generație născută integral în secolul XXI, începând cu anul 2010 până în prezent.

**Obiective.** Identificarea tipurilor existente de generații, depistarea diferențelor de bază între generații, relevarea motivelor apariției acestor diferențe și a impactului acestora asupra business-ului.

**CONȚINUTUL DE BAZĂ. Analiza surselor bibliografice.** Înțelegerea diferitelor generații este esențială pentru ca întreprinderile să știe cui și ce să comercializeze. Primul pas constă în înțelegerea produsului sau serviciului oferit de către întreprindere și care este publicul țintă.

Generația Y și Baby boomers sunt generațiile cele mai numeroase. De asemenea, Baby boomers sunt generația cea mai înstărită, pe când Generația Y, care se apropie de vârsta medie, vor avea o avere mai mare pe care o vor putea cheltui. Înțelegerea caracteristicilor date va fi de folos în marketingul companiei. La fel, cunoașterea necesităților acestor generații într-un anumit moment al vieții lor poate fi de folos întreprinderilor. De exemplu, generația Baby boomers se apropie de pensionare sau deja sunt la pensie, astfel produsele legate de pensionare îi pot atrage. Cei din Generația Y sunt încă relativ tineri, cu vârsta de până la și 40 de ani, deci aceștia pot fi atrași de oferte ca procurarea unei locuințe, sau achiziționarea unei mașini.

De asemenea, o întreprindere trebuie să cunoască unde să vândă. Generația Baby boomers a crescut într-o perioadă fără telefoane și internet. Deși majoritatea sunt pricepuți în ale tehnologiei, mulți încă mai citesc ziare și privesc televiziune prin cablu. În cazul în care comercializați pentru generația Baby boomers, acestea sunt locuri strategice pentru a plasa publicitate. Pe de altă parte, Generația Z a crescut cu telefoanele și tabletele în mână, astfel marketingul digital ar fi cea mai bună alegere [3].

**Descrierea metodei de cercetare utilizate.** Majoritatea organizațiilor au 3 generații de angajați: Baby boomers, Generația X și Generația Y. Din punct de vedere demografic se acoperă o bună parte a unui secol, astfel fiecare generație are valori și experiențe diferite, atât în legătură cu munca, cât și în afara acesteia. Cu toții pot aduce ceva nou și util la locul de muncă, iar când lucrează împreună, pot produce rezultate minunate. Însă, deseori, fiecare generație are o percepție greșită despre cealaltă, ceea ce ar putea să le împiedice colaborarea fructuoasă.

Comaniile din ziua de azi sunt compuse predominant din colective multigeneraționale. Tinerii și vârstnicii muncesc cot la cot. În astfel de colective diverse, managerii trebuie să asigure o atmosferă prietenească între diferitele generații, trebuie să le înțeleagă nevoile ca grupe de vârstă diferite și să lucreze asupra menținerii colaborării între ei [4].

**Rezultatele obținute.** Există câteva moduri în care conducerea companiilor ar putea micșora decalajul generațional la locul de muncă:

- *Să pună accentul pe similitudini* – este mult mai important de a se pune accentul pe similitudinile, ci nu diferențele, dintre generații. Valorile de bază în majoritatea cazurilor sunt aceleași la toate generațiile, iar concentrarea asupra acestor valori poate crea deschidere și flexibilitate în cadrul companiei.
- *Să mențină comunicarea deschisă* – comunicarea este esențială în reducerea decalajului generațional la locul de muncă. Exerciții de team building, evenimente sociale și diferite activități sunt câteva dintre modalitățile de a aduce împreună un colectiv multigenerațional.
- *Să încurajeze mentoratul* – o platformă puternică de mentorat pentru toți angajații, mentoratul trans generațional sau mentoratul reversibil permite tuturor angajaților să cunoască oameni noi și să învețe din experiența acestora.
- *Să aprecieze seniorii* – angajații în vârstă au un bagaj bogat de înțelepciune și experiență, care poate fi utilă atunci când e împărtășită cu tinerele generații.
- *Să expună așteptări clare* – expunerea clară a cine și ce rol are poate asigura un mediu complet funcțional, deoarece toate generațiile pot învăța să își pună scopuri înalte, astfel asigurând o continuă creștere și învățare.

Gestionarea decalajului generațional necesită înțelegerea diferențelor dintre generații, precum și implementarea strategiilor care ar reduce diferențele dintre generații. Generațiile mai în vârstă des se plâng de faptul că Generația Y are așteptări mari în ceea ce privește avansarea rapidă pe scara profesională, cât și dorința de a avea o balanță între muncă și viața personală. Pe de altă parte, această generație posedă atribute cheie care ar putea crea noi oportunități la locul de muncă, ducând la transformarea performanței muncii, în special într-un mediu tehnologic avansat.

Generația Y este, de departe, cea mai învățată generație în istorie. Ei au o dorință puternică pentru dezvoltare și învățare continuă. Satisfacere nevoilor lor pentru învățare continuă poate duce la îmbunătățirea transferului de cunoștințe de la o generație la alta.

Deși fiecare generație este formată în baza experiențelor sale unice, atât generațiile mai tinere cât și cele mai în vârstă pot să găsească limbă comună. Mediul de lucru este într-o continuă schimbare. Implementarea programelor interne valorificate de ambele generații, cu imbold către colaborare și parteneriat, poate duce la stabilirea relațiilor sănătoase la locul de muncă între diferite generații.

**CONCLUZII.** Toate generațiile își doresc un viitor mai bun, fără a compromite prezentul. Acest lucru este posibil dacă vom deveni mai solidari și mai atenți la nevoile tuturor generațiilor. Conform constatării experților internaționali, problema solidarității între generații este o provocare majoră, de aceea este foarte important să se unească forțele pentru a construi atitudini pozitive față de îmbătrânire prin crearea unui mediu de viață prietenos vârstnicilor. Promovarea înțelegerii între tineri și persoanele în vârstă prin asigurarea unei oportunități pentru cele două grupuri de a se reuni și a-și împărtăși ideile și experiențele cu privire la ceea ce contează cu adevărat pentru ei în viață și de a începe o dezbatere mai largă cu privire la valorile societății actuale este extrem de importantă pentru Republica Moldova.

Toate generațiile își doresc un viitor mai bun, fără a compromite prezentul. Acest lucru este posibil dacă vom deveni mai solidari și mai atenți la nevoile tuturor generațiilor. Conform constatării experților internaționali, problema solidarității între generații este provocare majoră, de aceea este foarte important să se unească forțele pentru a construi atitudini pozitive față de îmbătrânire prin crearea unui mediu de viață prietenos vârstnicilor.

Deși prăpastia dintre generații este din ce în ce mai analizată, aceasta nu dispare. Soluția ar consta în comunicare. În cadrul conflictelor între părinți și copii, aceștia se acuză și se învinovătesc reciproc. Însă adevărul se află mereu undeva la mijloc, iar fiecare tabără are de învățat ceva de la cealaltă. Fiecare generație își dorește să fie tratată cu respect, și pentru a obține respectul fiecare tabără duce o bătălie crâncenă. Psihologii susțin că pentru a construi o punte peste așa zisa prăpastie dintre generații, este necesar ca părinții să conștientizeze de la bun început că aceștia trebuie să fie deschiși față de copiii lor. Totodată, copiii trebuie să fie înțelegători și recunoscători față de părinții lor. Dacă, ajungând la adolescență copiii văd în părinți prieteni, conflictul între generații e ca și rezolvat.

Este foarte important să înțelegem că generațiile se schimbă o dată la fiecare circa 30 de ani și, respectiv, oamenii nu mai sunt așa cum obișnuiau să fie. Astfel, doar o comunicare mai bună între părinți și copii poate minimaliza divergențele dintre generații.

#### REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. „Conflictul dintre generații, o problemă mereu actuală”, disponibil pe internet la: <https://www.mama.md/news/deti/conflictul-dintre-genera%C5%A3ii-o-problem%C4%83-mereu-actual%C4%83-r11029/>
2. MENDEZ N. (2008) Generation Gap. In: Loue S.J., Sajatovic M. (eds) Encyclopedia of Aging and Public Health. Springer, Boston, MA. [https://doi.org/10.1007/978-0-387-33754-8\\_195](https://doi.org/10.1007/978-0-387-33754-8_195)
3. Bridging the generation gap, disponibil online la: <http://www.justlibra.com/bridging-the-generation-gap/>
4. Five ways to approach generation gap in the workplace, disponibil pe internet la: <https://economictimes.indiatimes.com/jobs/five-ways-to-approach-generation-gap-in-the-workplace/articleshow/64746664.cms>

---

**Coordonator științific: CAPAȚINA Valentina, dr., conf. univ.**  
Academia de Studii Economice din Moldova  
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)  
e-mail: [valentina@ase.md](mailto:valentina@ase.md)