



**A MOŻE TO ONI  
MAJĄ RACJĘ?  
JAK POKOLENIE  
KOŃCA ŚWIATA  
WPŁYWA NA  
ZMIANĘ MODELI  
BIZNESOWYCH I  
PRZYWÓDZTWA.**

Kinga Zacharjasz, Olsztyn 14 marca 2024

# SKĄD POMYSŁ NA TEN TEMAT? Czyli kiedy ostatnio powiedziałaś/aś te słowa? □

Po co tracić czas na jego szkolenie? Za rok i tak się stąd zawinie

Zero szacunku dla hierarchii, w nosie mają doświadczenie i autorytety

I ona mi mówi, że pracuje tylko do 16-tej bo potem ma jogę!

Zawsze wszystko musi być natychmiast, nie umieją się angażować w długoterminowe projekty

I on mnie pyta czy na recepcji można pracować zdalnie...

Jak mam ich zmotywować ?

Podobno teraz w pracy trzeba budować „bezpieczeństwo psychologiczne” To ja mam być terapeutą???

I wyobraź sobie, że ta babka, gość hotelu mi zwróciła uwagę jak ja się odnoszę do pracowników?

# MAŁE ZASTRZEŻENIE

1

W trakcie naszej sesji czasem będziemy robić pewne generalizacje

2

Generalizacje nie odnoszą się do wszystkich, stanowią tu pewną ramę odniesienia

3

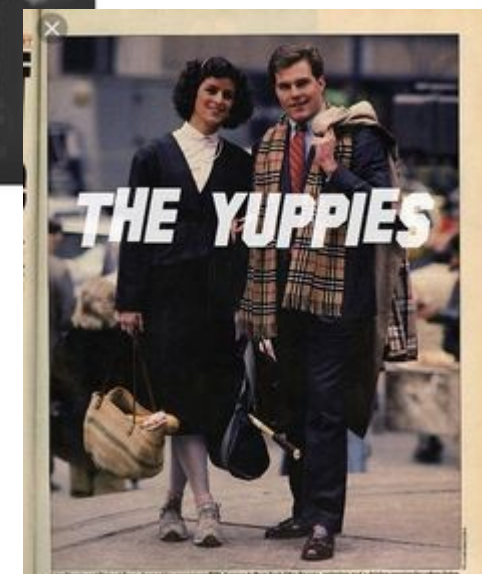
Użyjemy ich po to aby poznać i ZAAKCEPTOWAĆ różnice między pokoleniami i na nich budować

**SKĄD SIĘ BIORĄ  
POKOLENIA?**



# 3 KLUCZOWE WYDARZENIA

- Pomyśl o 3 ważnych wydarzeniach: historycznych, społecznych czy naukowych, które miały miejsce gdy ty miałaś/eś między 7 a 18 lat
- Jak sądzisz, jak te wydarzenia wpłynęły na twój sposób myślenia i widzenia świata?



# CO TO JEST POKOLENIE?

---

Grupa ludzi w podobnym wieku, której członkowie zostali ukształtowani przez podobne wydarzenia historyczne i doświadczenia

---

Te wydarzenia miały miejsce kiedy członkowie grupy byli w relatywnie młodym wieku

---

Pokolenie można definiować przez wspólne upodobania i stosunek do rzeczywistości

---

Pokolenia NIE są homogeniczne



# 5 GENERACJI PRACOWNIKÓW I KLIENTÓW- CO JE KSZTAŁTOWAŁO



## Tradycjoniści 1925-1942

- Wojna
- Tradycyjna rodzina
- Szacunek dla autorytetów
- radio

## Baby Boomers 1943-1960

- Komunizm, zamknięte granice
- Prawa Kobiet
- Mniejsze rodziny
- Konkurencja telewizja

## Generacja X 1961-1981

- Koniec komunizmu
- Oboje rodzice pracują, dużo rozwodów
- Niezależność
- Walkman i komputer

## Y-Millennials 1982-1994

- 11 września/krach 2008
- Rodziny patchworkowe z dziećmi w centrum
- Różnorodność
- CD /DVD

## Generacja Z 1995-2010

- COVID i wojna
- Brak modelu tradycyjnej rodziny
- Świadomość społeczna i ekologiczna
- Internet AI




# SKĄD SIĘ WZIĘŁY X-y ? („W rzeczywistości ciągłej sprzedaży..Myslovitz)

 <b>Wydarzenia</b>	 <b>Rodzina</b>	 <b>Wartości</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Stan wojenny</li><li>• Upadek komunizmu</li><li>• Otwarcie granic</li><li>• AIDS</li><li>• MTV</li><li>• Walkman</li><li>• komputer</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wyższy odsetek rozwodów</li><li>• Rodziny „rozzuczone”</li><li>• Mniej dzieci</li><li>• Mama też w pracy</li><li>• Dzieci z kluczem na szyi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Umiejętność dostosowania się</li><li>• niezależność</li><li>• Indywidualizm</li><li>• Możliwość robienia kariery</li><li>• Dostęp do zasobów</li><li>• Work-life balance</li><li>• Techno-sprawni</li></ul>





# SKĄD SIĘ WZIĘŁY ZETKI? („Rok dwudziesty zabrał mi dwudziesty rok życia..MATA)

 <b>Events</b>	 <b>Family</b>	 <b>Values</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kryzys klimatyczny</li><li>• COVID</li><li>• Wojna w Ukrainie</li><li>• Rosnący gap między bogatymi a biednymi</li><li>• Wysokie koszty utrzymania</li><li>• Szybki Internet,</li><li>• Instagram, Tik tok</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Brak tradycyjnego modelu rodziny</li><li>• Bardziej zaangażowani ojcowie</li><li>• 3 pokolenia rodziców (boomers, Xers, millennials)</li><li>• Zamazywanie społecznych ról płciowych</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duża różnorodność</li><li>• Świat digitalowy</li><li>• Świadomość społeczna</li><li>• Globalna wioska</li><li>• Otwartość w mówieniu o zdrowiu psychicznym</li><li>• Przedsiębiorczość</li><li>• Dbałość o własne potrzeby</li></ul>





# NOWE POKOLENIE W PRACY

# ZETKI W PRACY WG BADAŃ?

50 %

Przyjazna atmosfera  
w pracy

43 %

Poczucie sensu  
wykonywanej pracy

49%

Zdobycie  
doświadczenia  
zawodowego

42 %

Wysokie zarobki

50 %

Praca zgodna z zainteresowaniami

- ± 90% studentek i studentów- obawia się niestabilności ekonomicznej
- ± 86% obawia się tego, jakim miejscem będzie świat w przyszłości
- ± 59% stawia worklife balance ponad wysokie zarobki
- ± 54% studentek i 25% studentów ważna jest polityka równościowa przyszłego pracodawcy
- ± 25% ważne jest czy pracodawca ma plan na politykę ekologiczną

# CZYLI JAK Z NIMI POSTĘPOWAĆ W PRACY?

<b>Lojalność</b>	Cenią bezpieczne miejsce pracy, gdzie mogą być sobą, wartości organizacji super ważne, jeśli mi się nie spodoba szybko odejdę...
<b>Work-life balance</b>	Praca ma pasować do ich stylu życia, rozdział życia osobistego od pracy, chcą mieć autentyczne nie powierzchowne relacje „pracowe”
<b>Motywacja</b>	Fajne benefity; inclusion & diversity; etyka, niezależność, innowacje, dobra atmosfera, chcą się uczyć wielu rzeczy a nie tylko specjalizować w jednej
<b>Komunikacja</b>	Co ciekawe- twarzą w twarz ale też smsem, mailem, natychmiast, otwarta i szczerą, bardzo bezpośrednią, zwięzłą, obrazową, jak równy z równym
<b>Feedback</b>	W czasie rzeczywistym, bezpośredni, szczerzy, konstruktywny, często jak lajki
<b>Czas i sposób pracy</b>	Elastyczna agenda dnia, chcą pracować kiedy chcą i skąd chcą  Chcą być włączani w decyzje, lubią testować granice, eksperymentować nawet z odważnymi pomysłami
<b>Podejmow</b>	



**PŁATKI ŚNIEGU CZY SZERSZA  
PERSPEKTYWA?**

# JAK CZĘSTO LUDZIE W WASZYM ZESPOLE?

Pytają o to czego nie wiedzą lub nie rozumieją?

Podnoszą trudne albo niewygodne tematy dotyczące pracy?

Otwarcie przyznają się do błędów?

Czują się komfortowo nie zgadzając się z innymi lub wyrażając odmienne zdanie?

Są zapraszani do udziału w spotkaniach bez względu na ich pozycję czy stanowisko?

W ramach zespołu otwarcie proszą o pomoc?

Udzielają i otrzymują feedback?

Proszą o feedback dotyczący pracy waszego zespołu osoby spoza niego (z innych zespołów)?

# BEZPIECZEŃSTWO PSYCHOLOGICZNE CZYLI CO?

- Wspólne poczucie, że w zespole można bezpiecznie podejmować ryzyko interpersonalne
- Poczucie, że zespół nie zawstydzi, nie odrzuci lub nie „ukarze” kogoś za zabieranie głosu (ws. pomysłów, pytań, błędów czy wątpliwości)
- Klimat w zespole charakteryzuje się wzajemnym zaufaniem, szacunkiem a ludzie czują się komfortowo „będąc sobą”.



Adaptowane Edmondson, 1999

# CZYM NIE JEST BEZPIECZEŃSTWO PSYCHOLOGICZNE:



Elementem  
osobowości



Byciem „miłym” i  
zgadzaniem się ze  
wszystkimi



Obniżaniem  
standardów pracy i  
wyników





## LUDZIE W BEZPIECZNYM PSYCHOLOGICZNIE ZESPOLE MOGĄ:



Dawać i  
dostawać  
feedback



Zadawać  
trudne  
pytania



Podnosić  
wątpliwości



Prosić o  
pomoc



Nie zgadzać  
się



Proponować  
rozwiązania



Prosić o  
wyjaśnienia



Przyznawać  
się do błędów



# PRZEWAGA KONKURENCYJNA W TURYSTYCE OPARTA NA RELACJACH W ZESPOLE

- Ludzie są bardziej zaangażowani więc bardziej angażują się też w obsługę klientów

- Ludzie dostają odpowiedzialność, więc sami rozwiązują problemy, bez ich eskalacji jeśli wiedzą, że tą odpowiedzialność mogą brać



- Ludzie nie boją się popełniać błędów dlatego szybciej je zgłaszają
- Ludzie są odporniejsi na „trudnych” gości bo wiedzą, że nie poniosą osobistej odpowiedzialności, za awanturę, jaką zrobił klient o przepaloną żarówkę

# A CZEGO WSZYSCY CHCEMY OD SZEFA/SZEFOWEJ? ZUPEŁNIE NIEZALEŻNIE OD BRANŻY



- Dawania dobrego przykładu
- Osobistej dostępności
- Dawania wyzwań
- Dawania ludziom rzeczywistej odpowiedzialności
- Czasem mentoringu
- Pokazywania jak moja praca przyczynia się do sukcesu firmy
- Można mu/jej zaufać
- Dbania o włączające środowisko w pracy

***„Każde pokolenie wyobraża  
sobie, że jest inteligentniejsze od  
poprzedniego i mądrzejsze od  
tego, które po nim nastąpi.  
Każde pokolenie wyśmiewa się ze  
starych zwyczajów, ale  
skrupulatnie przestrzega  
nowych”***

**George Orwell**





# LIDER/KA

OFF THE RECORD  
PODCAST KINGI ZACHARJASZ



[Kinga.zacharjasz@inclue.pl](mailto:Kinga.zacharjasz@inclue.pl) tel. 505-113-930