



# Między Z a BB.

## Praca oczami pokoleń

### 2. Gen Y

Nowe spojrzenie na rynek pracy z perspektywy czterech generacji

Seria mini raportów o oczekiwaniach, postawach i doświadczeniach różnych generacji na polskim rynku pracy

Przygotowane przez Experience Institute we współpracy z Praca.pl

Maj | 2025



# Gen Y pod **mikroskopem**

Z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce kolejny z serii mini raportów poświęconych **różnicom pokoleniowym w podejściu do pracy**. Tym razem przyglądamy się bliżej **Millenialsom** – pokoleniu, które współtworzy dzisiejszy rynek pracy i coraz częściej pełni w firmach rolę trzonu zespołów, liderów czy mentorów.

Millenialsi wchodzili w dorosłość w czasach dynamicznych zmian – dziś są świadomi, wymagający i coraz bardziej selektywni w wyborze pracodawcy. Sprawdzamy, **co jest dla nich ważne w pracy, jak postrzegają swoje miejsce w organizacji i jak kształtują swoje decyzje zawodowe.**

W kolejnych odsłonach serii przyjrzymy się kolejnym pokoleniom – **X i Baby Boomersom** – by ostatecznie zebrać wszystkie dane w jednym, przekrojowym raporcie, pokazującym **pełny obraz współczesnego rynku pracy oczami pracowników w różnym wieku i momencie życia zawodowego.**

Raport przygotowany został przez **Experience Institute** we współpracy z naszym partnerem – **portalem Praca.pl**. Mamy nadzieję, że ta seria będzie inspiracją do refleksji i konstruktywnych rozmów o przyszłości pracy.





## Zawartość raportu:

- 04. — Pokolenie Y na rynku pracy
- 06. — Informacje o badaniu
- 08. — Podsumowanie wyników
- 14. — Plany zawodowe i gotowość do zmiany
- 22. — Organizacyjne realia pracy: elastyczność, identyfikacja, przeciążenie

## Pokolenie Y na rynku pracy: między doświadczeniem a poszukiwaniem sensu

Millenialsi, czyli pokolenie Y, to dziś jedna z głównych sił napędowych polskiego rynku pracy. Wchodzili w dorosłość razem z cyfrową rewolucją, ucząc się elastyczności, samodzielności i działania w zmieniających się realiach. Zebrali już sporo zawodowego doświadczenia i właśnie dlatego dziś **nie szukają tylko pracy, ale czegoś więcej**. Szukają sensu, wartości, wpływu.

To pracownicy, którzy dobrze wiedzą, czego chcą – ale jeszcze lepiej wiedzą, czego już nie chcą. Cenią rozwój, przejrzystość i partnerskie relacje. Chcą mieć przestrzeń, by mówić otwarcie i czuć, że ich zdanie ma znaczenie. Coraz częściej zadają pytania o to, **jaką rolę pełni praca w ich życiu – i jaką chcą, by pełniła**.



# Pokolenie Z na rynku pracy: między doświadczeniem a poszukiwaniem sensu c.d.



**Po pierwsze – stabilność, ale z możliwością zmiany.** Millenialsi nie szukają nieustannej rotacji, ale też nie trzymają się kurczowo jednej ścieżki. Jeśli coś przestaje im odpowiadać – są gotowi na zmianę. Pracują świadomie i nie podejmują decyzji pochopnie, ale pozostają otwarci na nowe możliwości.

---



**Po drugie – potrzeba wpływu i spójności.** Chcą pracować w miejscach, gdzie mogą coś realnie zmieniać, dzielić się pomysłami i być wysłuchani. Relacje z przełożonymi i zespołem są dla nich ważne, ale równie istotne jest to, czy firma działa zgodnie z wartościami, które są im bliskie.

---



**Po trzecie – równowaga i granice.** Pokolenie Y zna rytm intensywnej pracy, ale potrafi powiedzieć „stop”. Dbą o czas wolny, nie chce zabierać pracy na wakacje i nie definiuje swojej wartości przez nadgodziny. Praca jest dla nich ważna – ale nie kosztem zdrowia czy życia prywatnego.

---



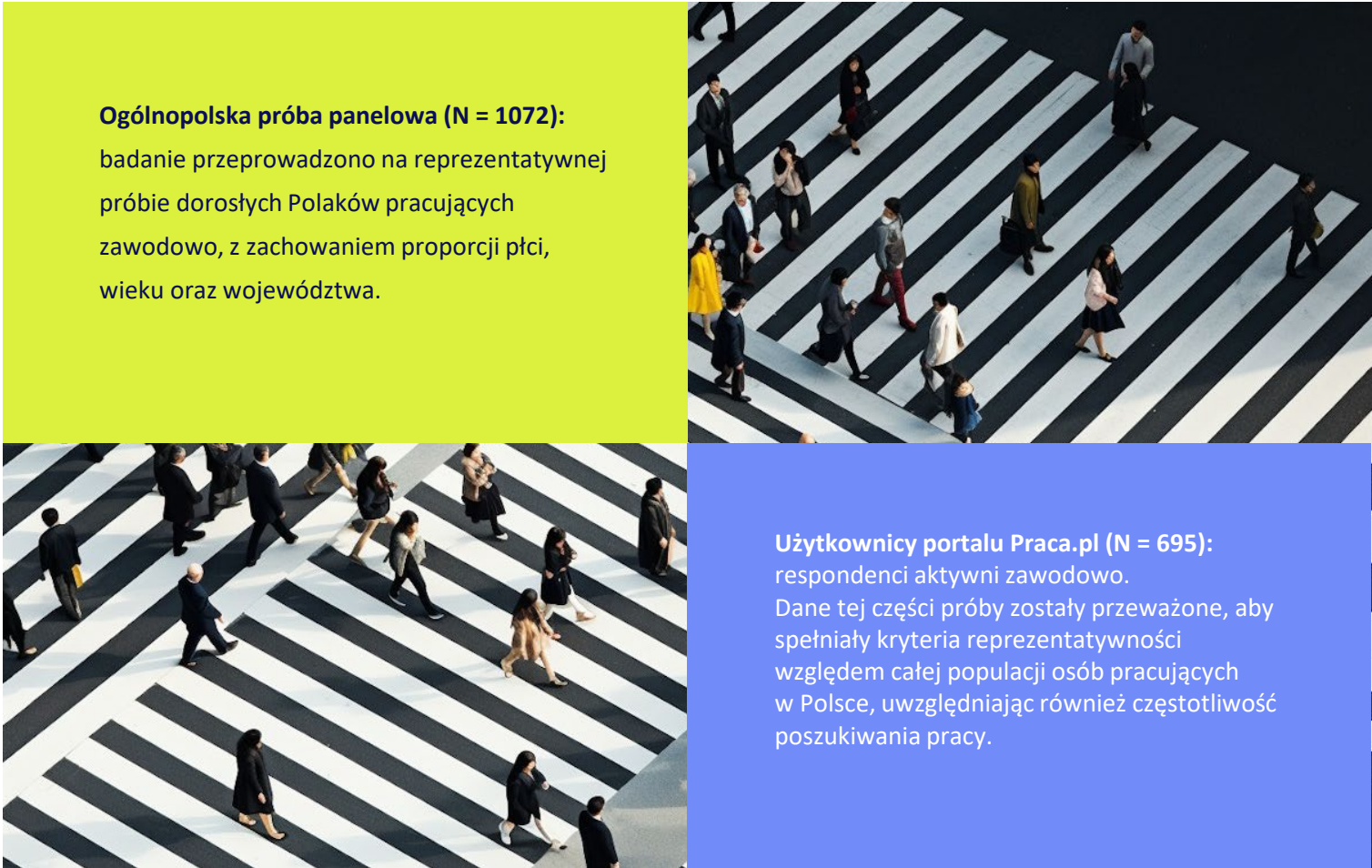
**I wreszcie – sens i rozwój.** Millenialsi szukają pracy, która ma znaczenie. Nie zawsze chodzi o awans czy spektakularne sukcesy – częściej o to, by to, co robią, było zgodne z ich kompetencjami, zainteresowaniami i przekonaniami. Chcą się rozwijać jako specjaliści, ale też jako ludzie.

To pokolenie dojrzałe, zrównoważone i coraz bardziej świadome swoich potrzeb. **Nie wywracają systemu – raczej szukają dla siebie miejsca, które będzie pasować.** I coraz częściej to miejsce definiują na własnych zasadach.

# Informacje o badaniu

Badanie zostało zrealizowane na przełomie grudnia 2024 roku i stycznia 2025 roku na łącznej próbie **N = 1767 aktywnych zawodowo Polaków**.

Badanie dostarcza wiarygodnego obrazu postaw i doświadczeń zawodowych pracujących Polaków w ujęciu przekrojowym i pogłębionym.



**Ogólnopolska próba panelowa (N = 1072):**  
badanie przeprowadzono na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków pracujących zawodowo, z zachowaniem proporcji płci, wieku oraz województwa.

**Użytkownicy portalu Praca.pl (N = 695):**  
respondenci aktywni zawodowo.  
Dane tej części próby zostały przeważone, aby spełniały kryteria reprezentatywności względem całej populacji osób pracujących w Polsce, uwzględniając również częstotliwość poszukiwania pracy.

# Wyniki badania



## Podsumowanie wyników: Millennialsi na tle ogółu pracujących w Polsce

**Millennialsi** – obok pokolenia X jedno z najliczniejszych pokoleń na rynku pracy – wypadają bardzo podobnie do ogółu pracowników, zarówno pod względem ocen środowiska pracy, jak i postaw zawodowych. W wielu obszarach ich opinie niemal pokrywają się z wynikami ogólnymi, co pokazuje, że sposób, w jaki postrzegają miejsce pracy, jest zbliżony do dominujących trendów.

### Zadowolenie z pracy i jej aspektów



**24% przedstawicieli Gen Y deklaruje zadowolenie z pracy**, co jest tylko nieznacznie niższym wynikiem niż średnia ogólnopolska (26%).

**Satysfakcja z wynagrodzenia** w tej grupie wypada nieco lepiej (48% vs 45%), a **stabilność zatrudnienia** oceniana jest niemal identycznie (70% vs 71%). Millennialsi bardzo wysoko oceniają też **relacje ze współpracownikami** (78%) oraz **równowagę między życiem zawodowym a prywatnym** (65%) – wyniki w obu przypadkach niemal pokrywają się ze średnimi dla całej populacji polskich pracowników.

### Zaangażowanie i lojalność wobec pracodawcy



**51% pracowników z generacji Y można uznać za zaangażowanych** – to wynik zbliżony do poziomu ogólnego (53%). Millennialsi są aktywni zawodowo, choć nie zawsze otwarcie manifestują przywiązanie do organizacji. Ich zaangażowanie często wiąże się z konkretnymi warunkami – możliwościami rozwoju, atmosferą pracy i przejrzystością działań firmy.

### Skłonność do rekomendowania pracodawcy

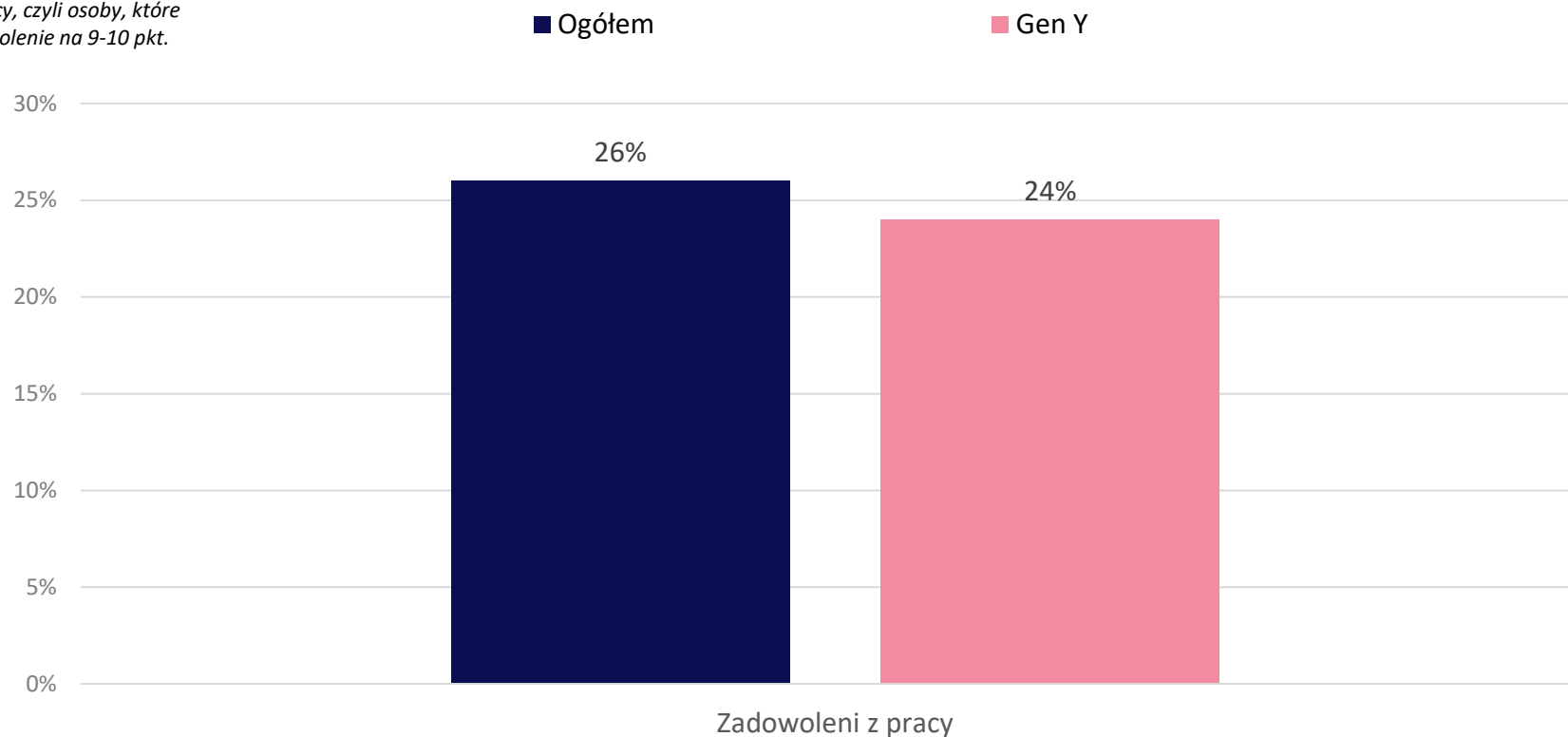


**Struktura odpowiedzi w pytaniu o polecenie firmy jako pracodawcy (eNPS)** jest identyczna jak wśród ogółu – 33% ambasadatorów, 28% neutralnych i 39% krytyków, co przekłada się na **wynik eNPS -6**. To sygnał umiarkowanego, neutralnego stosunku do miejsca pracy – bez skrajnych emocji, ale też bez wyraźnego entuzjazmu. Jeśli chodzi o **gotowość do polecenia produktów i usług firmy (NPS)**, Millennialsi również wypadają podobnie do ogółu pracowników – **NPS +18 wobec +17**. Millennialsi potrafią oddzielić jakość tego, co firma oferuje klientom, od własnych doświadczeń jako pracowników.

## Ogólna satysfakcja z pracy

Co czwarty przedstawiciele Gen Y deklaruje zadowolenie z pracy, co jest wynikiem nieznacznie niższym od średniej ogólnopolskiej (26%).

Wykres przedstawia odsetek pracowników zadowolonych z pracy, czyli osoby, które oceniły swoje zadowolenie na 9-10 pkt.

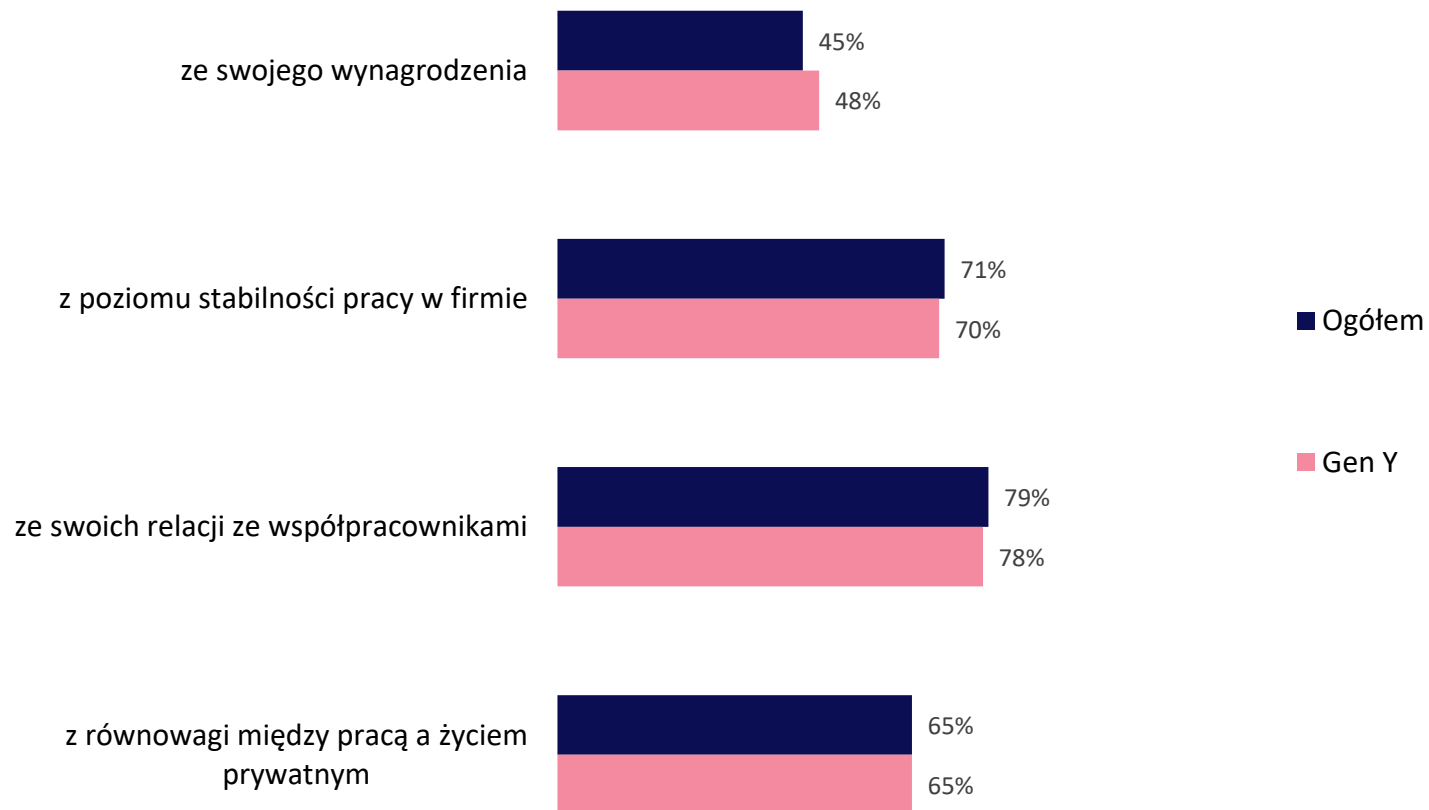


P. Proszę ocenić, na ile ogólnie rzecz biorąc jesteś zadowolony/a z pracy w swojej firmie?  
Skala 0-10, gdzie 0 – „zdecydowanie niezadowolony/na”, a 10 – „zdecydowanie zadowolony/na”.

## Zadowolenie z poszczególnych aspektów pracy



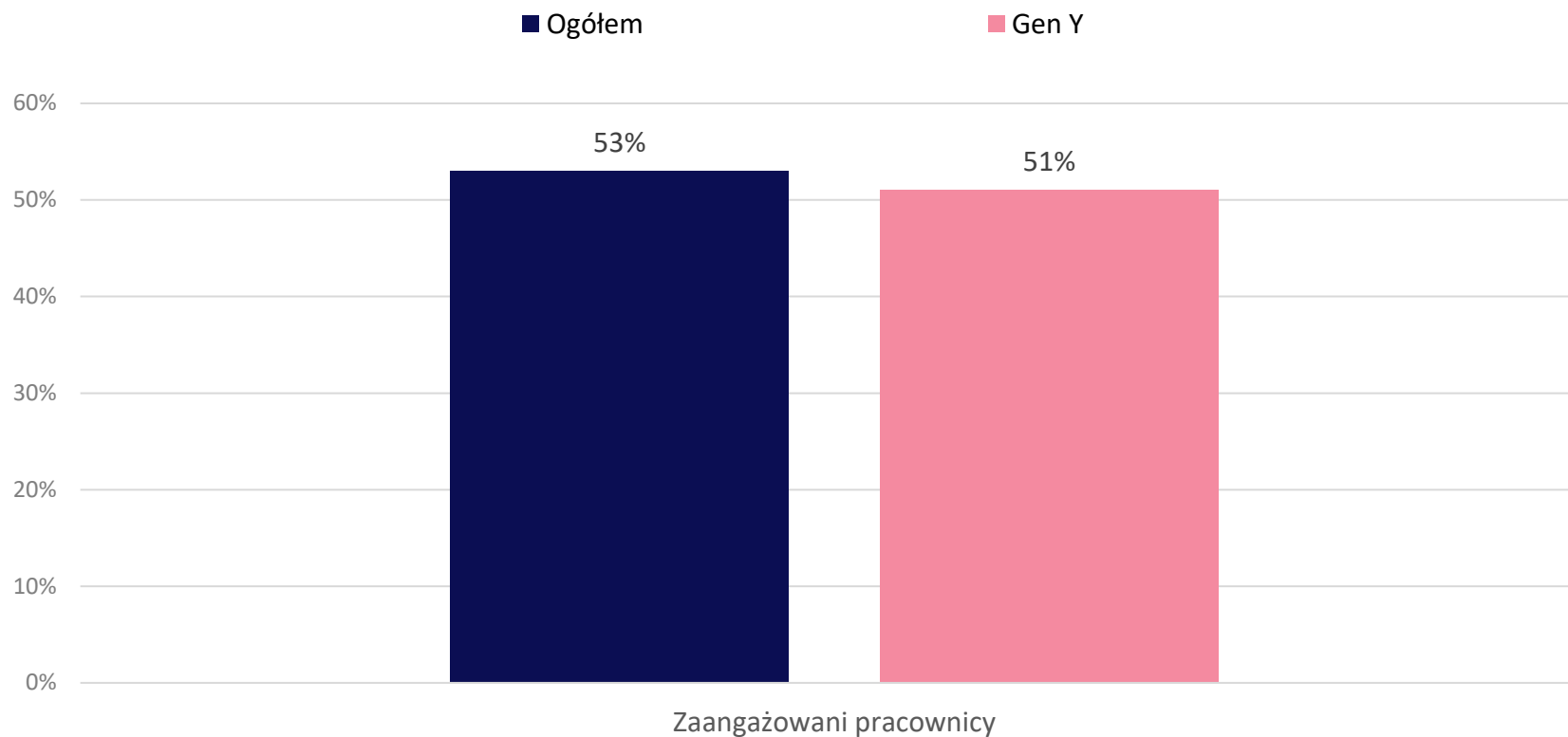
Wykres przedstawia wartości Top2Box, czyli sumę odpowiedzi pozytywnych 4 i 5 pkt.



P. Proszę ocenić na ile, ogólnie rzecz biorąc, jesteś zadowolony/a lub niezadowolony/a z każdego z poniższych aspektów pracy. Oceny proszę dokonać na skali 1-5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie niezadowolony/na”, a 5 „zdecydowanie zadowolony/na”.

## Pracownicy zaangażowani

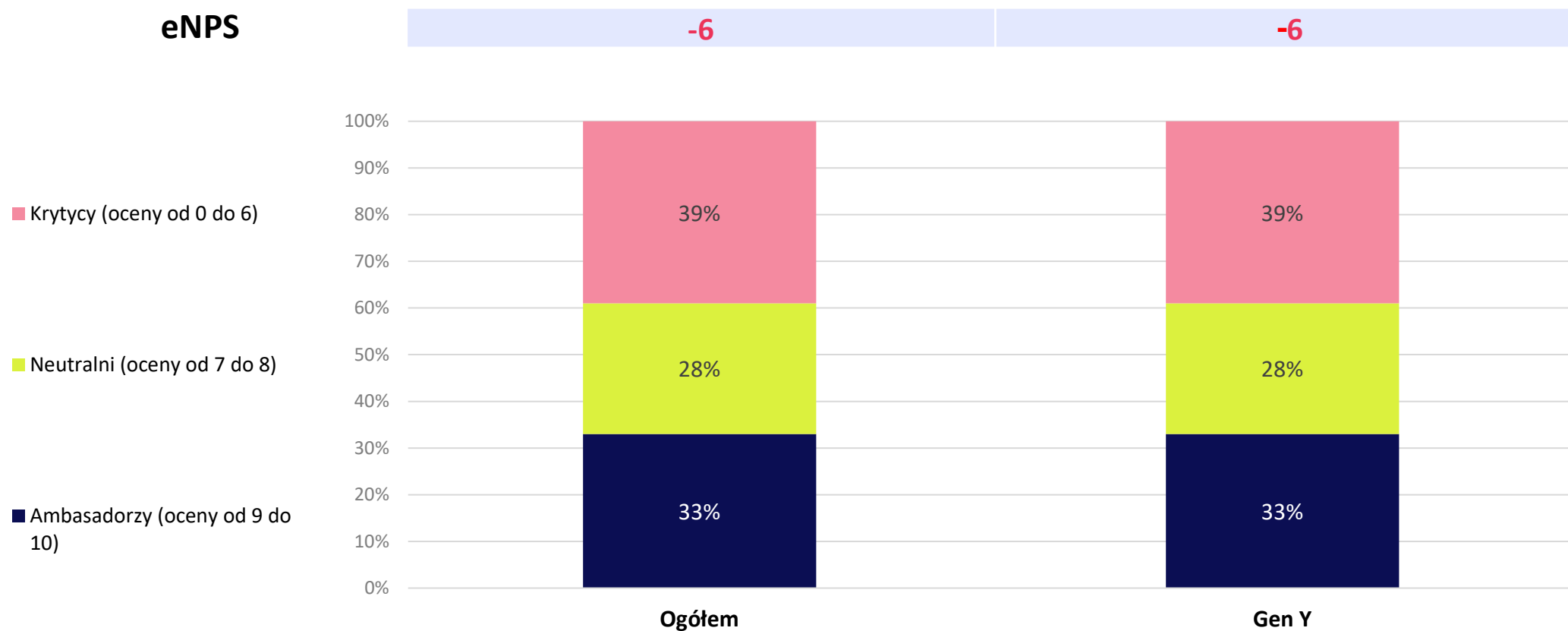
**Co drugi pracownik pokolenia Y (51%)** deklaruje postawy świadczące o realnym zaangażowaniu w pracę – to wynik bardzo zbliżony do średniej krajowej, co pokazuje, że Gen Y aktywnie współtworzy życie organizacji.



*Wykres pokazuje odsetek pracowników uznanych za zaangażowanych, czyli tych, którzy w czterech pytaniach dotyczących zaangażowania udzielili odpowiedzi diagnostycznych dla tej postawy.*

# Skłonność do polecania firmy jako pracodawcy

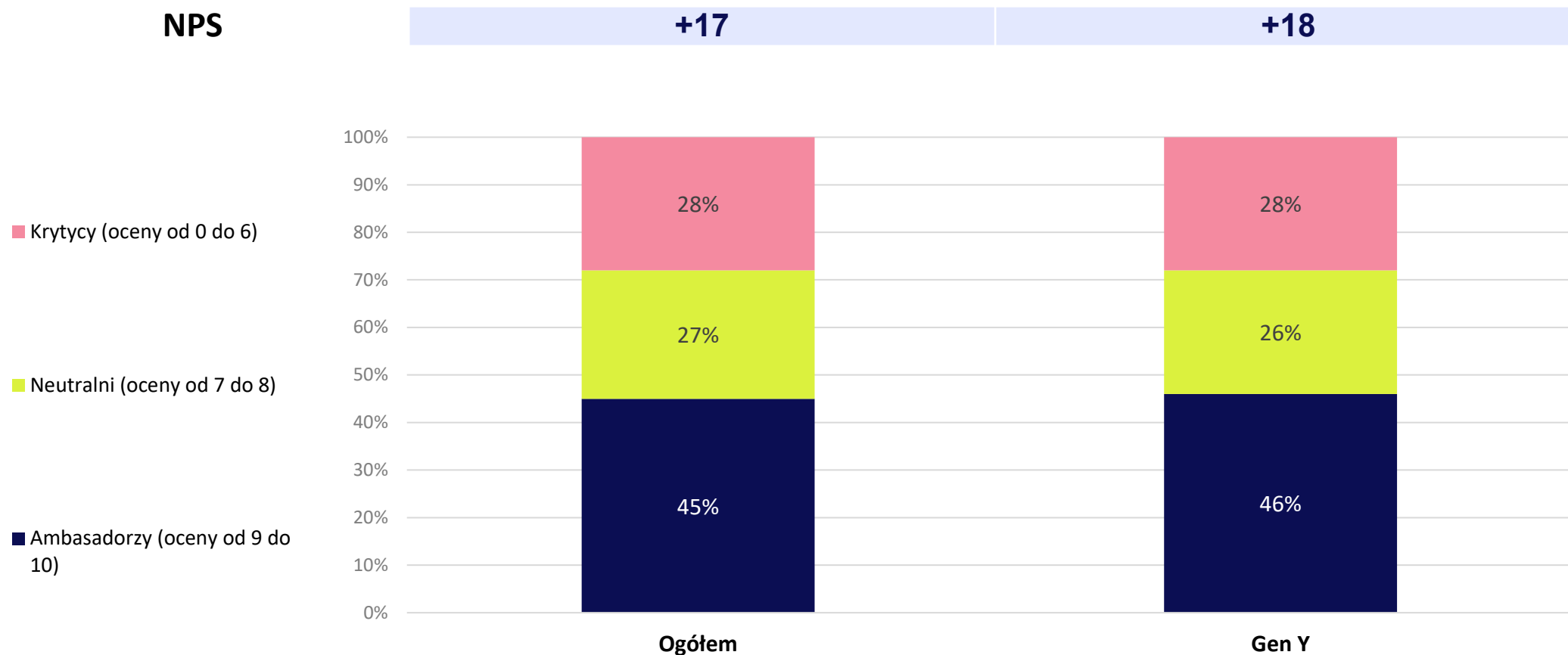
## eNPS (Employee Net Promoter Score)



P. Na ile prawdopodobne jest, że polecił(a)byś pracę w swojej firmie przyjacielowi bądź komuś z rodziny?  
Skala 0-10, gdzie 0 – „zdecydowanie nie polecił(a)bym”, a 10 – „zdecydowanie polecił(a)bym”.

# Skłonność do polecania firmy jako dostawcy usług/produktów

## NPS (Net Promoter Score)



P. Na ile prawdopodobne, że polecił(a)byś produkty lub usługi swojej firmy rodzinie lub znajomym zainteresowanym ofertą w tej dziedzinie?  
Skala 0-10, gdzie 0 – „zdecydowanie nie polecił(a)bym”, a 10 – „zdecydowanie polecił(a)bym”.

Plany zawodowe  
i gotowość do zmiany





# Pokolenie Y – świadome, otwarte, racjonalne

## 1. Postawy wobec kariery i rynku pracy

Millenialsi mają własny sposób myślenia o pracy, często oparty na szukaniu równowagi, elastyczności i rozwoju. **Ponad połowa z nich deklaruje otwartość na oferty z branż, w których dotąd nie pracowali (62%),** a blisko połowa (49%) uważa, że **praca w jednej dziedzinie przez całe życie nie jest szczególnie interesująca.** To pokazuje, że pokolenie Y nie przywiązuje się na stałe do jednej ścieżki i chętnie zdobywa różnorodne doświadczenia.

54% respondentów czuje, że ich pokolenie częściej decyduje się na zmiany zawodowe, co potwierdza gotowość do redefiniowania swojej kariery w odpowiedzi na zmieniające się potrzeby. Jednocześnie **co trzeci badany wskazuje na stereotypy czy ograniczenia rozwojowe jako realne bariery** – sugerując, że Millenialsi **czują się w pracy dość pewnie i samodzielnie kształtują swoją drogę zawodową.**

## 2. Gotowość do zmiany pracy

Millenialsi są otwarci na zmianę, ale podchodzą do niej rozsądnie. **27% z nich deklaruje, że nie planuje zmiany pracy, a 38% pozostaje otwarta na propozycje,** choć nie szuka aktywnie. **12% prowadzi aktywne poszukiwania,** a kolejne **13% rozważa zmianę, choć jeszcze nie podjęło działań.**

To pokazuje, że niemal co czwarty Millenials **jest w fazie mniej lub bardziej świadomego przejścia zawodowego.** Jednocześnie, zapytani o gotowość do zmiany pracy przy podobnym wynagrodzeniu, **37% odpowiedziało twierdząco** (tyle samo, co średnio w populacji). Oznacza to, że decyzja o zmianie nie zawsze wynika z potrzeby finansowej, ale może wiązać się z wartościami, środowiskiem pracy czy poczuciem rozwoju.



## Pokolenie Y – świadome, otwarte, racjonalne

### 3. Motywacje do zmiany pracy

Millenialsi, podobnie jak ogół pracowników, **najczęściej jako powód rozważania zmiany pracy wskazują wynagrodzenie (71%)**. To dla nich wciąż kluczowy element. Ale obok pensji pojawiają się również inne czynniki: **35% zwraca uwagę na brak możliwości rozwoju zawodowego, 31% na przeciążenie obowiązkami, a 23% na chęć zmiany branży lub stanowiska.**

Co piąty badany z tej grupy (22%) przyznaje, że w jego pracy brakuje poczucia sensu. Choć nie są to dominujące motywacje, pokazują, że Gen Y to pokolenie, które myśli o pracy nie tylko w kategoriach „ile”, ale też „po co” i „w jakich warunkach”.

### 4. Aktywność na rynku pracy

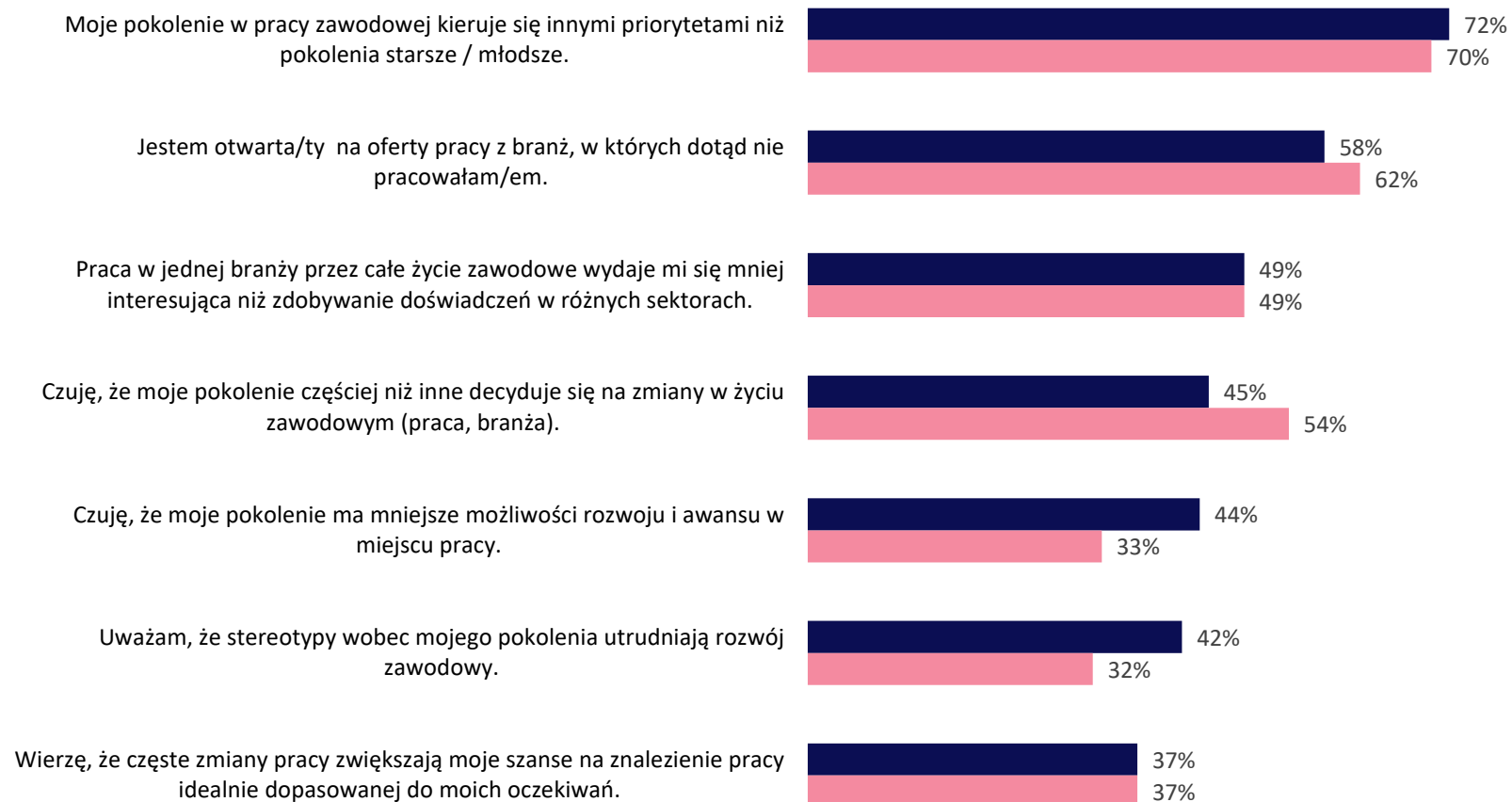
Millenialsi **utrzymują stały kontakt z rynkiem pracy**, nawet jeśli nie szukają zatrudnienia w danym momencie. **7% deklaruje codzienne przeglądanie ofert, 14% kilka razy w tygodniu, a 26% kilka razy w miesiącu.** Kolejne 20% zagląda do ogłoszeń rzadziej, ale regularnie.

Co ważne, **tylko 20% osób z tej grupy deklaruje, że w ogóle nie przegląda ofert pracy** – to niższy odsetek niż w populacji ogólnej. Wskazuje to na to, że Gen Y choć często stabilny w zatrudnieniu, **pozostaje czujny i otwarty na nowe możliwości**, nawet jeśli nie planuje zmiany w danym momencie.



# Postawy wobec kariery i rynku pracy

Wykres przedstawia wartości Top2Box, czyli sumę odpowiedzi pozytywnych 4 i 5 pkt.

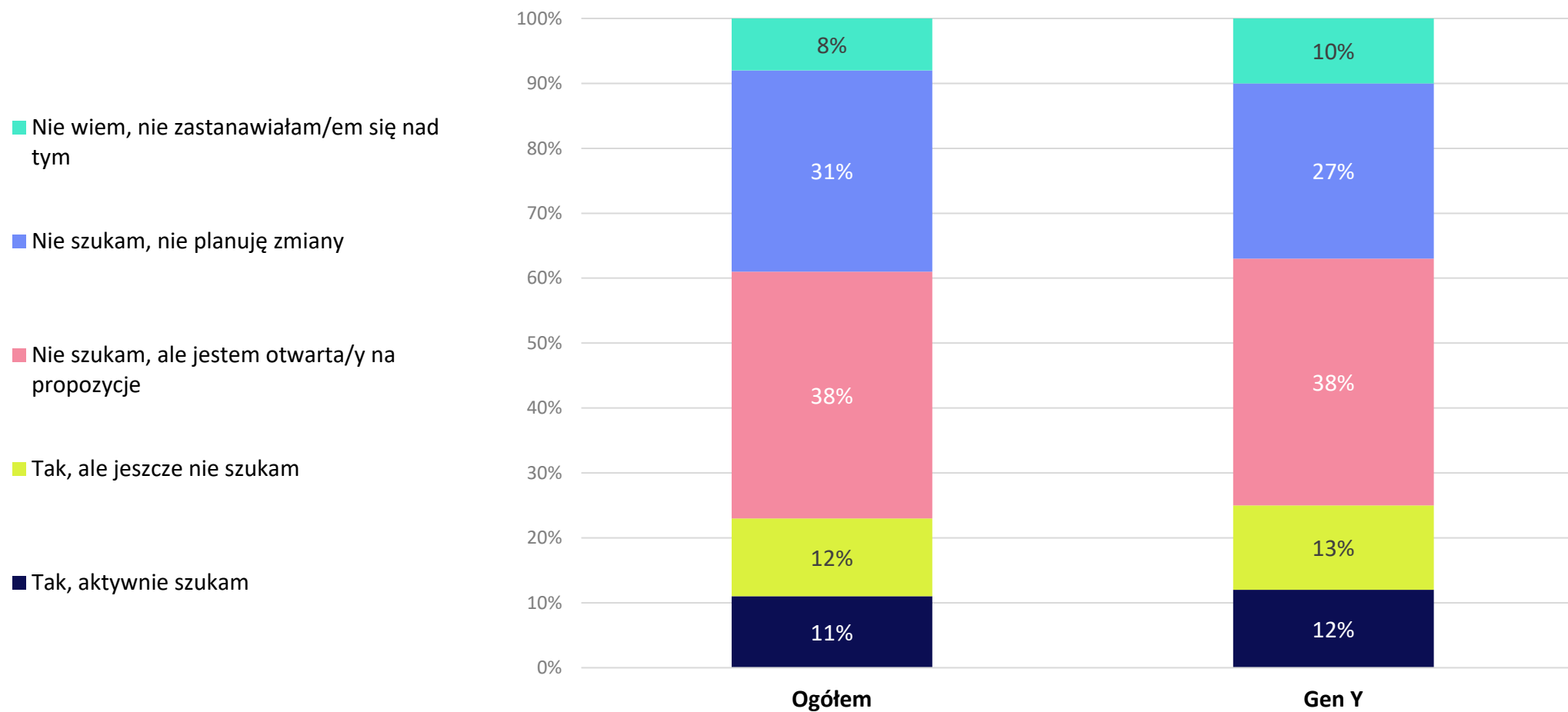


■ Ogółem

■ Gen Y

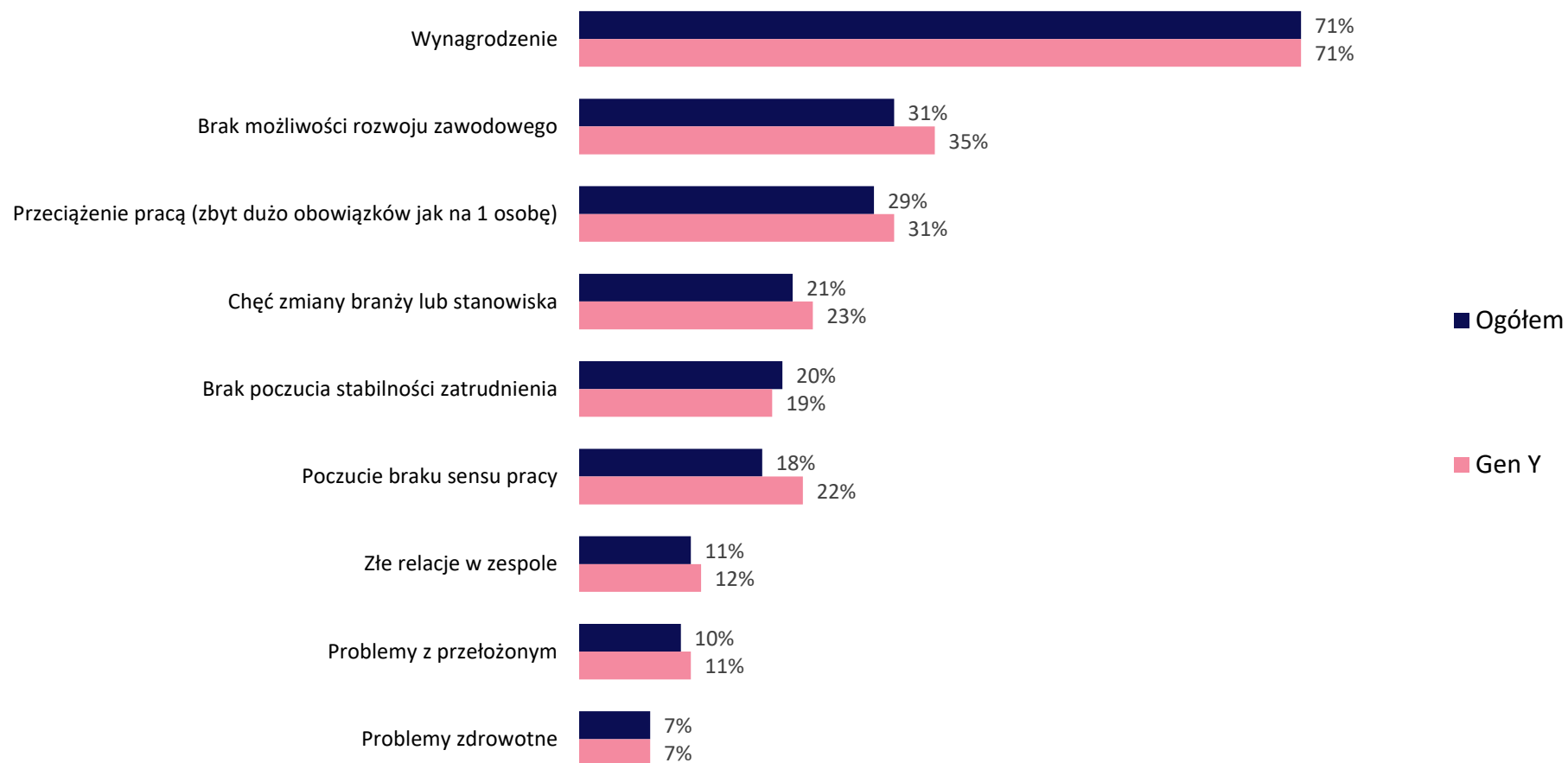
P. W jakim stopniu zgadzasz się lub nie z każdym z poniższych stwierdzeń?  
Oceny proszę dokonać na skali 1-5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie zgadzam się”, a 5 „zdecydowanie zgadzam się”.

## Czy w najbliższym czasie planujesz zmianę pracy?



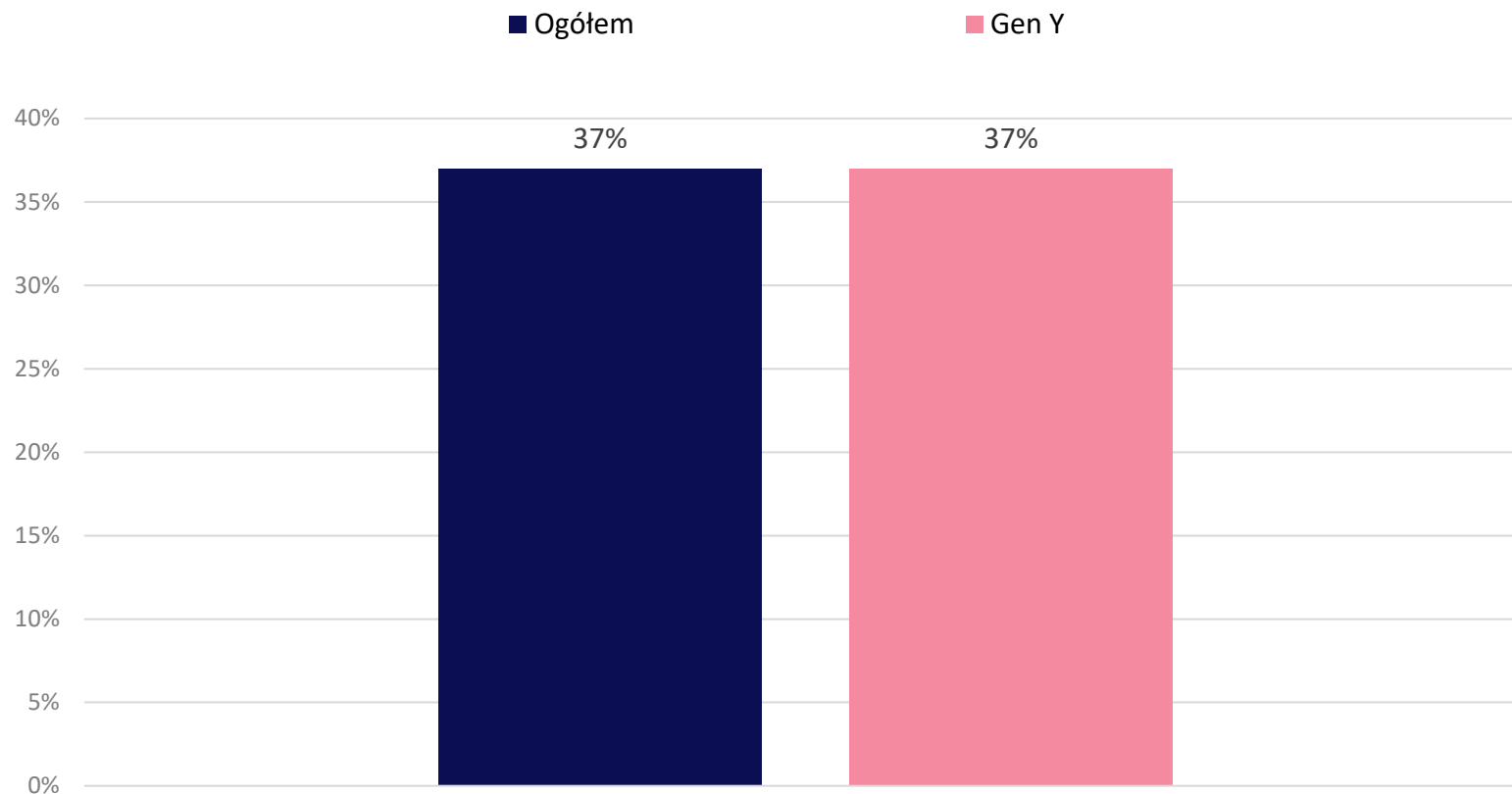


## Jeśli rozważasz zmianę pracy, co jest tego głównym powodem?



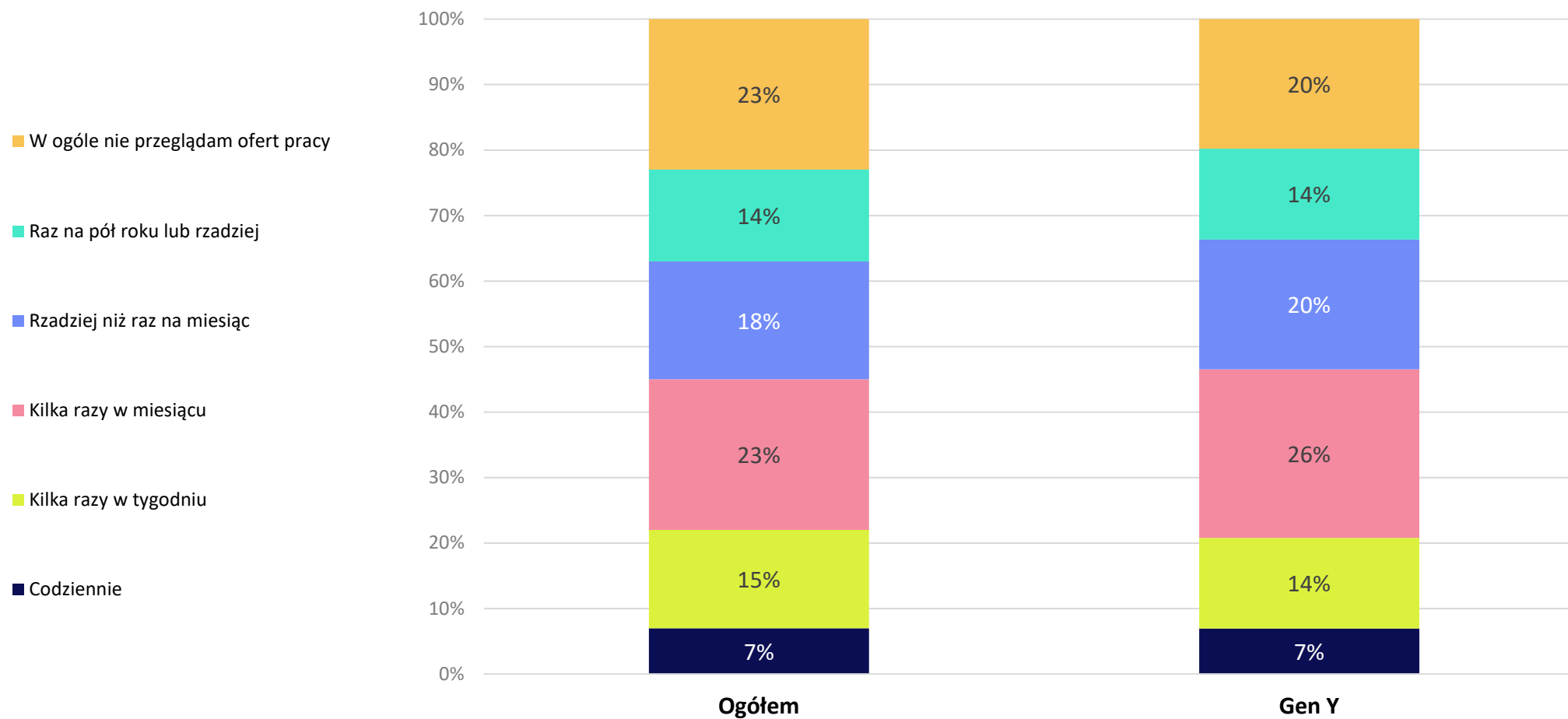
## Gdybym otrzymał(a) ofertę z innej firmy, o podobnym poziomie wynagrodzenia, zmienił(a)bym pracę

Wykres przedstawia wartości Top2Box, czyli sumę odpowiedzi pozytywnych 4 i 5 pkt.



P. W jakim stopniu zgadzasz się lub nie z każdym z poniższych stwierdzeń?  
Oceny proszę dokonać na skali 1-5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie zgadzam się”, a 5 „zdecydowanie zgadzam się”.

## Obecnie, jak często przeglądasz oferty pracy?



Organizacyjne realia pracy:  
elastyczność, identyfikacja,  
przeciążenie



## Gen Y w pracy: **stabilni, konkretni, świadomi granic**

### Warunki pracy i dopasowanie oferty

---

Millenialsi dość jednoznacznie oceniają środowisko pracy – **ich odpowiedzi niemal w pełni pokrywają się z wynikami ogólnymi. 68% deklaruje możliwość elastycznego korzystania z urlopów i przerw, a 54% czuje, że może swobodnie wyrażać siebie w miejscu pracy.** To pokazuje, że warunki funkcjonowania zawodowego są dla nich wystarczająco komfortowe – ale bez szczególnego entuzjazmu.

**Proces wdrożenia (onboardingu)** spełnia oczekiwania **49% millenialsów** – to tylko nieznacznie mniej niż średnia (51%). **Dopasowanie ścieżek kariery** do planów zawodowych deklaruje 46% – identycznie jak w całej próbie. **Satysfakcja z benefitów pozapłacowych** (41%) również pozostaje na zbliżonym poziomie. Wnioski? Pokolenie Y **ocenia środowisko pracy jako przewidywalne i stabilne – ani idealne, ani rozczarowujące.**



## Gen Y w pracy: **stabilni, konkretni, świadomi granic**

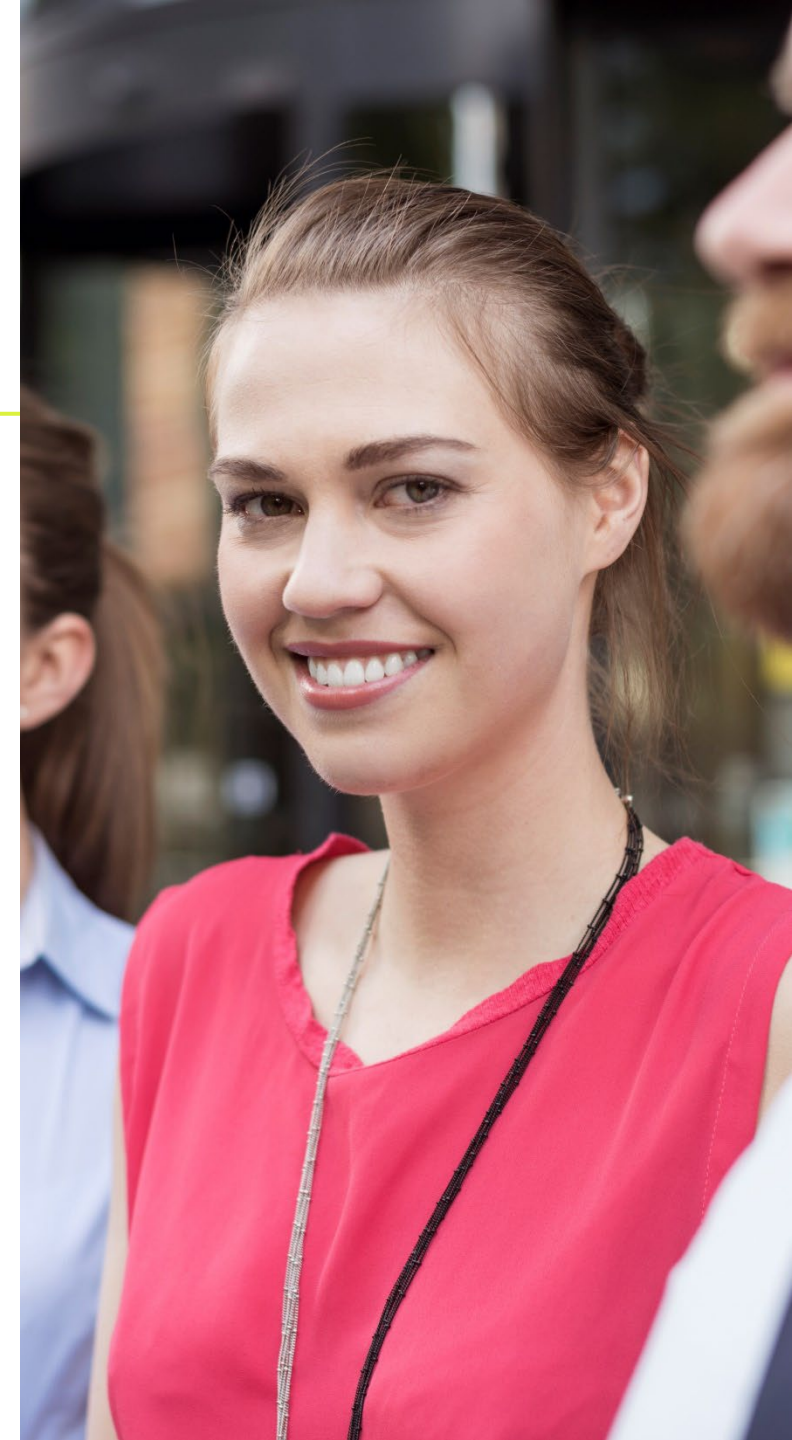
### Tożsamość zawodowa i relacja z firmą

---

Millenialsi **dobrze orientują się w swoich zadaniach i wiedzą, czego oczekują od pracy** – 68% ma jasno określone oczekiwania, a tyle samo uważa, że może wykorzystywać swoje kompetencje. To wyniki spójne z ogólnym obrazem rynku.

**Poczucie sensu pracy** wskazuje 63% respondentów z tej grupy, co może oznaczać, że choć są zadaniowi i kompetentni, nie zawsze widzą szerszy kontekst swojej roli. Jednocześnie **aż 66% czuje, że może przekazywać swoje pomysły kierownictwu**, co pokazuje, że Gen Y ceni przestrzeń do dialogu. **Zgodność z wartościami firmy** deklaruje 61% – nieco mniej niż ogół, ale nadal większość.

To pracownicy, którzy chcą być partnerami – **działają świadomie, ale potrzebują jasności, spójności i uczciwej komunikacji**.



## Gen Y w pracy: **stabilni, konkretni, świadomi granic**

### Obciążenie i równowaga między życiem zawodowym a prywatnym

---

Millenialsi **wypadają umiarkowanie**, jeśli chodzi o pracę poza standardowymi godzinami – nie są ani szczególnie przepracowani, ani wyjątkowo zdystansowani. **28% deklaruje pracę w nadgodzinach**, a tyle samo w weekendy. **19% zabiera pracę do domu**, a **8% pracuje podczas urlopu**.

Wyniki te pokazują, że **Gen Y zna realia pracy, ale nie rezygnuje całkowicie z równowagi**. To grupa, która potrafi poświęcić się zadaniom, ale jednocześnie coraz częściej dostrzega potrzebę dbania o własny czas i regenerację.

**Nie walczy o work-life balance radykalnie – raczej świadomie stara się go utrzymać, gdy to możliwe.**



# Jakość środowiska pracy i przestrzeń dla indywidualności

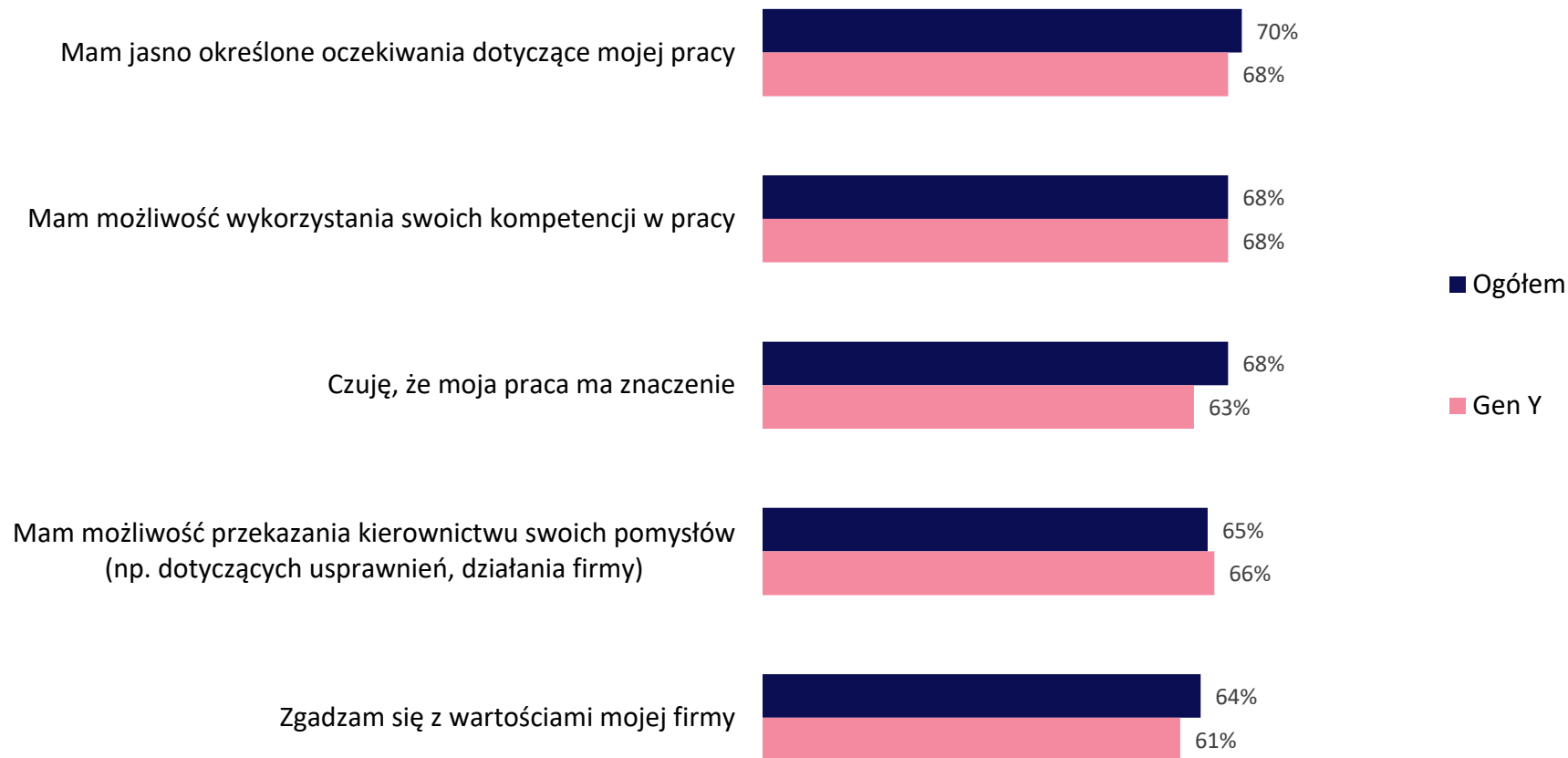
Wykres przedstawia wartości Top2Box, czyli sumę odpowiedzi pozytywnych 4 i 5 pkt.



P. W jakim stopniu zgadzasz się lub nie z każdym z poniższych stwierdzeń?  
Oceny proszę dokonać na skali 1-5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie zgadzam się”, a 5 „zdecydowanie zgadzam się”.

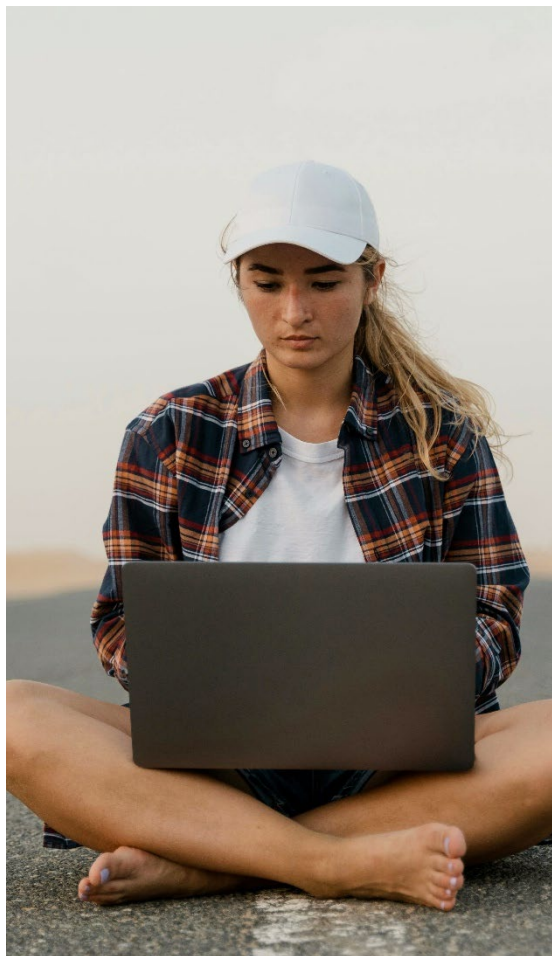
## Znaczenie pracy i zgodność z wartościami organizacji

Wykres przedstawia wartości Top2Box, czyli sumę odpowiedzi pozytywnych 4 i 5 pkt.

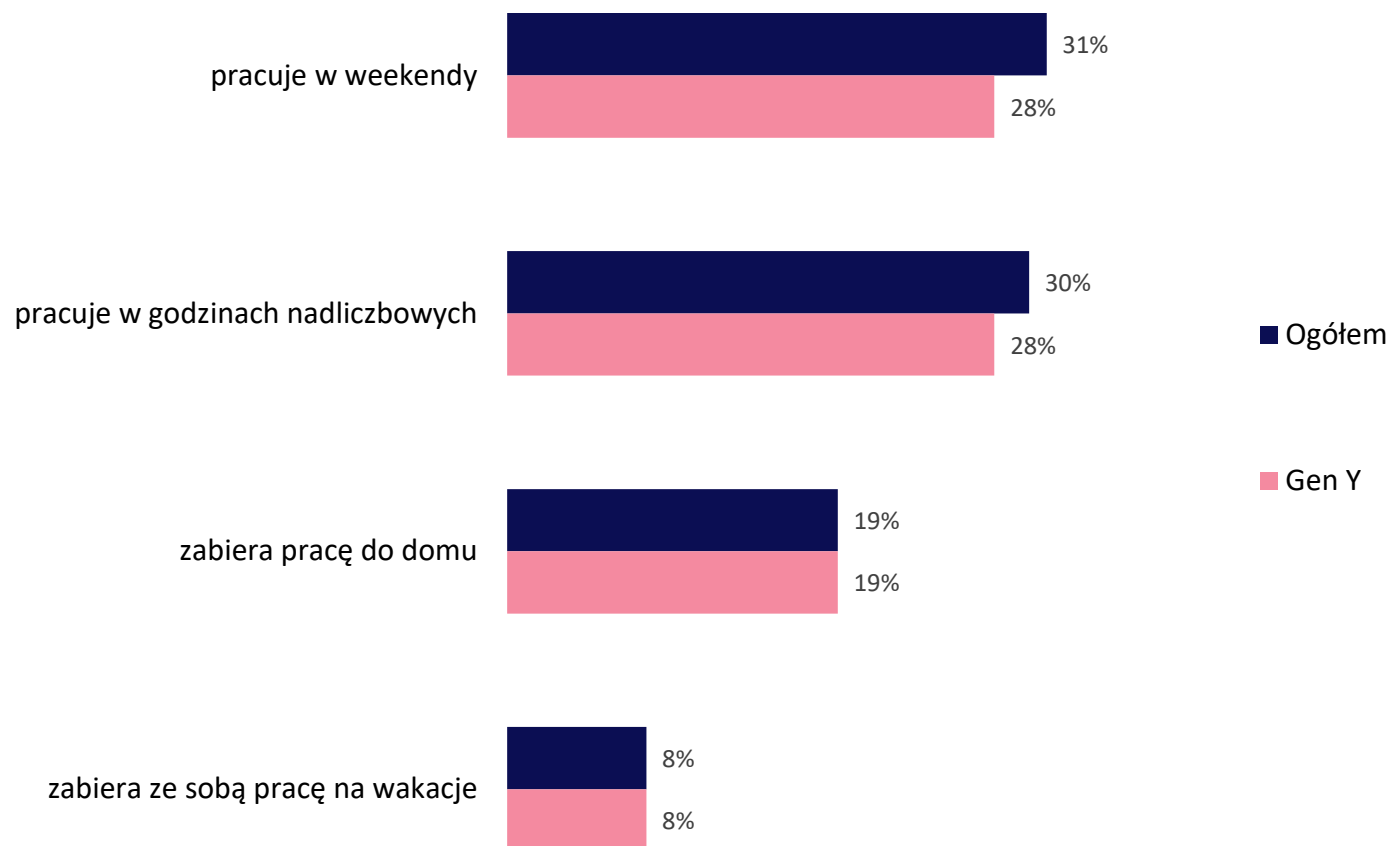


P. W jakim stopniu zgadzasz się lub nie z każdym z poniższych stwierdzeń?  
Oceny proszę dokonać na skali 1-5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie zgadzam się”, a 5 „zdecydowanie zgadzam się”.

# Praca nadliczbowa



Wykres przedstawia wartości Top2Box, czyli sumę odpowiedzi pozytywnych 4 i 5 pkt.



P. W jakim stopniu zgadzasz się lub nie z każdym z poniższych stwierdzeń?  
Oceny proszę dokonać na skali 1-5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie zgadzam się”, a 5 „zdecydowanie zgadzam się”.



Agnieszka Radomska

Head of Research

agnieszka.radomska@expinstitute.pl



Monika Łęska Ph.D.

Marketing Manager

m.leska@praca.pl



**ADRES**

ul. Puławska 457  
02-844 Warszawa

**WWW**

[www.expinstitute.pl](http://www.expinstitute.pl)

**ADRES**

ul. Bolesława Prusa 2  
02-844 Warszawa

**WWW**

[www.praca.pl](http://www.praca.pl)