



Między Z a BB.

Praca oczami pokoleń

4. Gen BB

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

Czerwiec | 2025



Gen BB pod **mikroskopem**

Z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce ostatni z serii mini raportów poświęconych różnicom pokoleniowym w podejściu do pracy. Tym razem przyglądamy się najstarszej grupie obecnej na rynku – pokoleniu Baby Boomers, które mimo upływu lat wciąż wnosi do organizacji spokój, racjonalność i ogromne doświadczenie.

To osoby, które ukształtowała praca – **w tradycyjnym rozumieniu obowiązku, lojalności i sensu**. Rzadko zmieniają miejsce zatrudnienia, ale wysoko cenią jakość relacji, jasność zasad i możliwość wpływu. Choć nie szukają już dynamicznej kariery, nadal **chcą mieć znaczenie w swoich zespołach i firmach**.

Wraz z tą publikacją **zamyka się cykl czterech mini raportów** poświęconych kolejnym generacjom pracowników – od pokolenia Z po BB. Już niebawem zaprosimy Państwa do pobrania **pełnego raportu przekrojowego**, który zbiera całość wniosków i pokazuje, jak wygląda dzisiejszy rynek pracy **oczami pracowników w różnym wieku, na różnych etapach życia zawodowego**.

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





Zawartość raportu:

- 04. — Pokolenie BB 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 BB na rynku pracy: **doświadczeni, konkretni, spokojni**

Baby Boomersi to generacja, która przez dekady budowała polski rynek pracy. **Dziś nie szukają rewolucji, ale raczej przewidywalności i sensu.** Ich zawodowe wybory są efektem życiowego doświadczenia, znajomości własnych priorytetów i umiejętności patrzenia na pracę w szerszym kontekście.

To pracownicy, którzy **cenią stabilność, zaufanie i przestrzeń do działania bez niepotrzebnego szumu.** To pracownicy, którzy dobrze znają swoje możliwości oraz potrzeby, i równie jasno określają, czego oczekują od organizacji. Potrafią jasno określić, co dla nich ważne: **chcą wykorzystywać swoje kompetencje, mieć wpływ, działać w zgodzie z wartościami.**

Mimo, że rzadziej zmieniają pracę i nie przeglądają ofert codziennie, nie są bierni. Po prostu zanim **zrobią krok, dobrze się zastanowią.** Nie dlatego, że brakuje im odwagi, ale dlatego, że **nauczyli się ważyć decyzje.** Szukają pracy sensownej, niekoniecznie spektakularnej. Takiej, która wpisuje się w ich styl życia, nie narzuca się, ale pozwala działać po swojemu.





Pokolenie BB na rynku pracy: **doświadczeni, konkretni, spokojni c.d.**



Po pierwsze – stabilność, ale nie stagnacja. Boomersi doceniają stabilność i przewidywalność, ale nie są całkowicie zamknięci na zmianę. Nie poszukują nowości na siłę, raczej weryfikują, czy coś pasuje do ich stylu życia i wartości. Gdy dostrzegą sens, potrafią elastycznie dopasować się do nowego kontekstu.



Po drugie – sens, który buduje zaangażowanie. Dla Baby Boomersów ważne jest, by wiedzieć, dlaczego coś robią. Ich relacja z pracą opiera się na przekonaniu, że **warto mieć wpływ i działać w zgodzie z wartościami firmy**. Cenią dialog z przełożonymi, ale nie chodzi tylko o samą możliwość wypowiedzi, liczy się dla nich to, by głos pracownika był traktowany poważnie.



Po trzecie – równowaga i ugruntowanie. Baby Boomers wiedzą, gdzie kończy się praca, a zaczyna życie prywatne. Lata doświadczeń zawodowych sprawiły, że potrafią wyznaczać granice i **nie ulegają presji ciągłej dostępności**. Stabilność i spokój są dla nich równie ważne jak efektywność i to właśnie w tym balansie odnajdują swoją siłę.



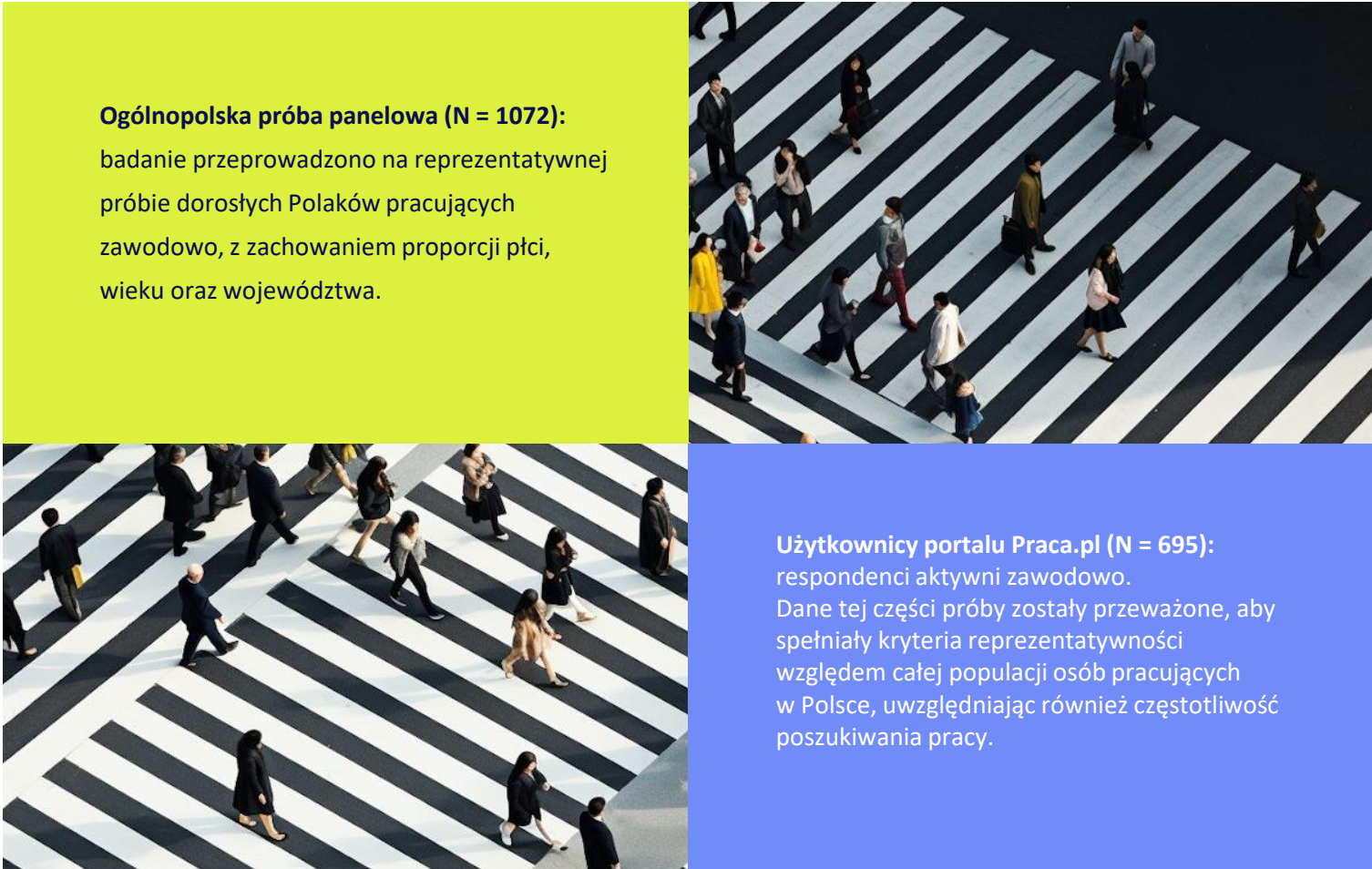
I wreszcie – dojrzałość, która daje pewność. Pokolenie BB nie musi już niczego udowadniać. Wiedzą, w czym są dobrzy, i czego potrzebują od pracodawcy. Cenią sens, spójność, zaufanie i możliwość wykorzystania swoich kompetencji. To pracownicy, którzy nie krzyczą o zmianę, ale jeśli coś nie działa, mówią to wprost. **Chcą pracować tam, gdzie ich doświadczenie spotyka się z zaufaniem, a wysiłek z uznaniem.**



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: Baby Boomers na tle ogółu pracujących w Polsce

Baby Boomers to osoby z długim stażem, ogromnym doświadczeniem i wypracowanym podejściem do pracy. Są lojalni, zaangażowani i potrafią trzymać wysoki poziom, nie dla splendoru, ale z poczucia obowiązku i wewnętrznych standardów. Nie szukają już wielkich rewolucji a raczej stabilności, jakości i dobrze zorganizowanej codzienności.

Zadowolenie z pracy i jej aspektów



Boomersi są zadowoleni z pracy częściej niż ogół respondentów – 30% deklaruje ogólnie zadowolenie z pracy, a ich oceny poszczególnych elementów środowiska pracy są wyraźnie ponadprzeciętne. **Czują się dobrze w zespole (85%), wysoko oceniają stabilność zatrudnienia (83%) i potrafią utrzymać równowagę między obowiązkami zawodowymi a życiem prywatnym (75%). Pensje? 48% jest zadowolonych** – to najwyższy wynik w porównaniu do młodszych pokoleń. W podejściu do pracy widać dojrzałość i dystans – satysfakcja to dla nich wypadkowa wielu elementów, nie tylko wysokości wynagrodzenia.

Zaangażowanie i lojalność wobec pracodawcy



Wśród przedstawicieli **Baby Boomers 55% można uznać za zaangażowanych**. Działają bez rozgłosu, skutecznie, bez potrzeby manifestowania swojej postawy – po prostu robią swoje. Nie szukają poklasku, tylko przestrzeni, w której mogą działać w zgodzie ze sobą. **Lojalność budują w oparciu o realne warunki**: stabilność, transparentność, możliwość bycia użytecznym. Ich zaangażowanie to efekt zaufania, nie deklaracji – im więcej przestrzeni i zrozumienia, tym większa gotowość do oddania.

Skłonność do rekomendowania pracodawcy

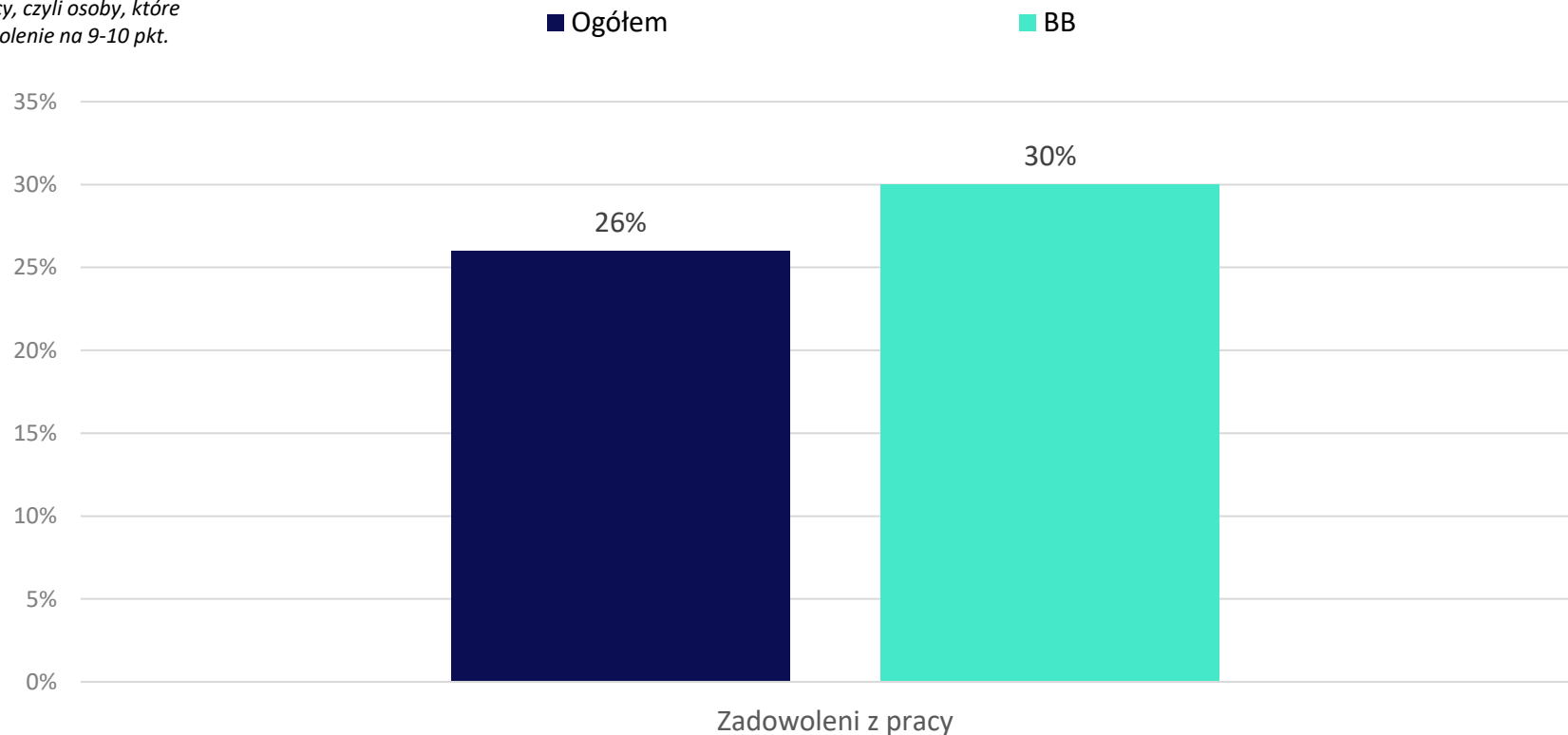


Boomersi, mimo że zaangażowani, **rzadko stają się ambasadorami firm**. Tylko 36% z nich deklaruje gotowość do polecenia swojego miejsca pracy – to wynik zbliżony do średniej. Częściej jednak, bo aż **55%, byłiby skłonni polecić produkty lub usługi firmy**. To grupa ostrożna, ale rzetelna – opinie formułują na podstawie doświadczenia. W rekomendacjach ważne są dla nich jakość, uczciwość i konkret. Ocena nie jest emocjonalna, na ogół wynika z obserwacji i poczucia wartości.

Ogólna satysfakcja z pracy

Trzech na dziesięciu przedstawicieli pokolenia Baby Boomers deklaruje zadowolenie z pracy – to wynik nieco powyżej średniej krajowej (26%).

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

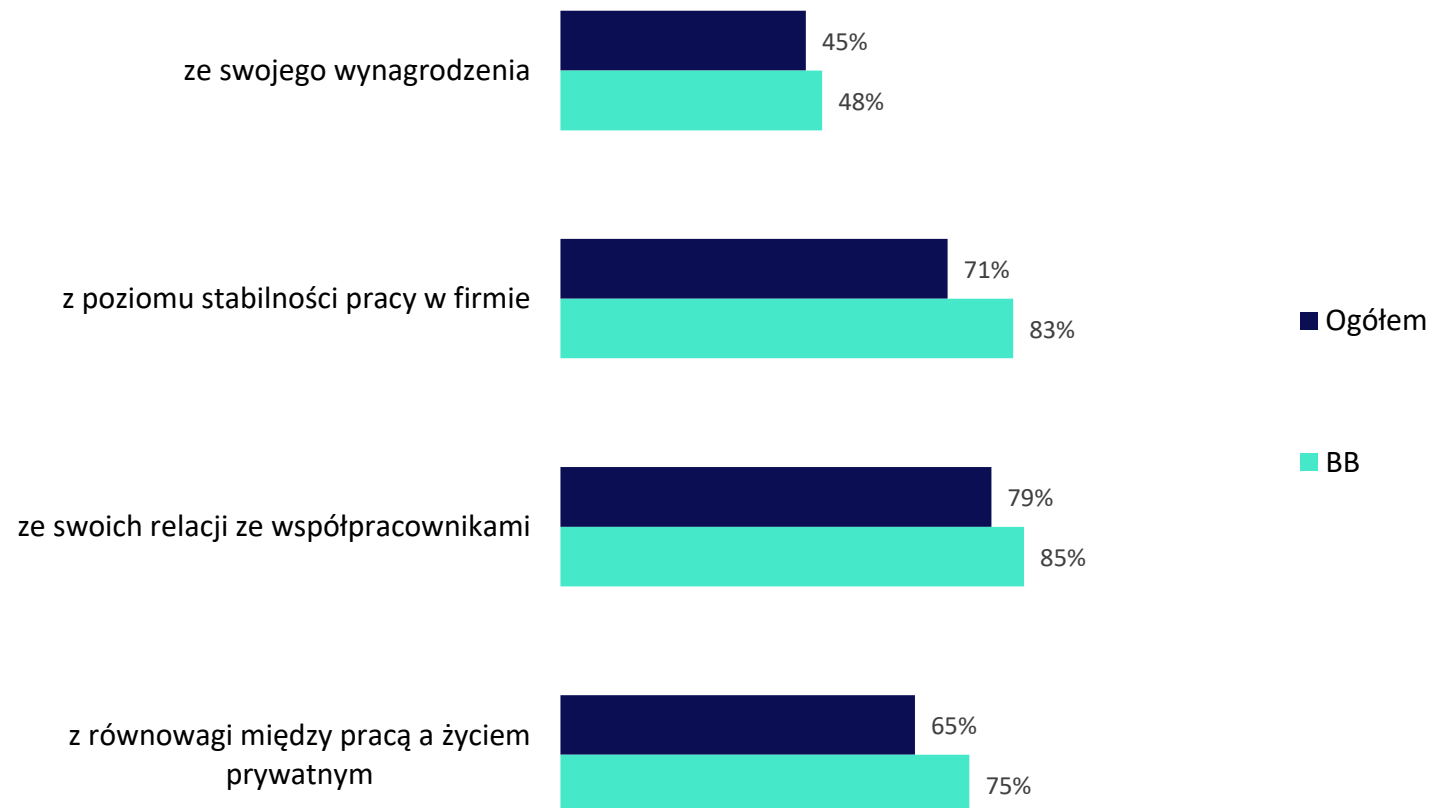


P. Proszę ocenić, na ile ogólnie rzecz biorąc jesteś zadowolony/a z pracy w swojej firmie?
Skala 0-10, gdzie 0 – „zdecydowanie niezadowolony/na”, a 10 – „zdecydowanie zadowolony/na”.

Zadowolenie z poszczególnych aspektów pracy



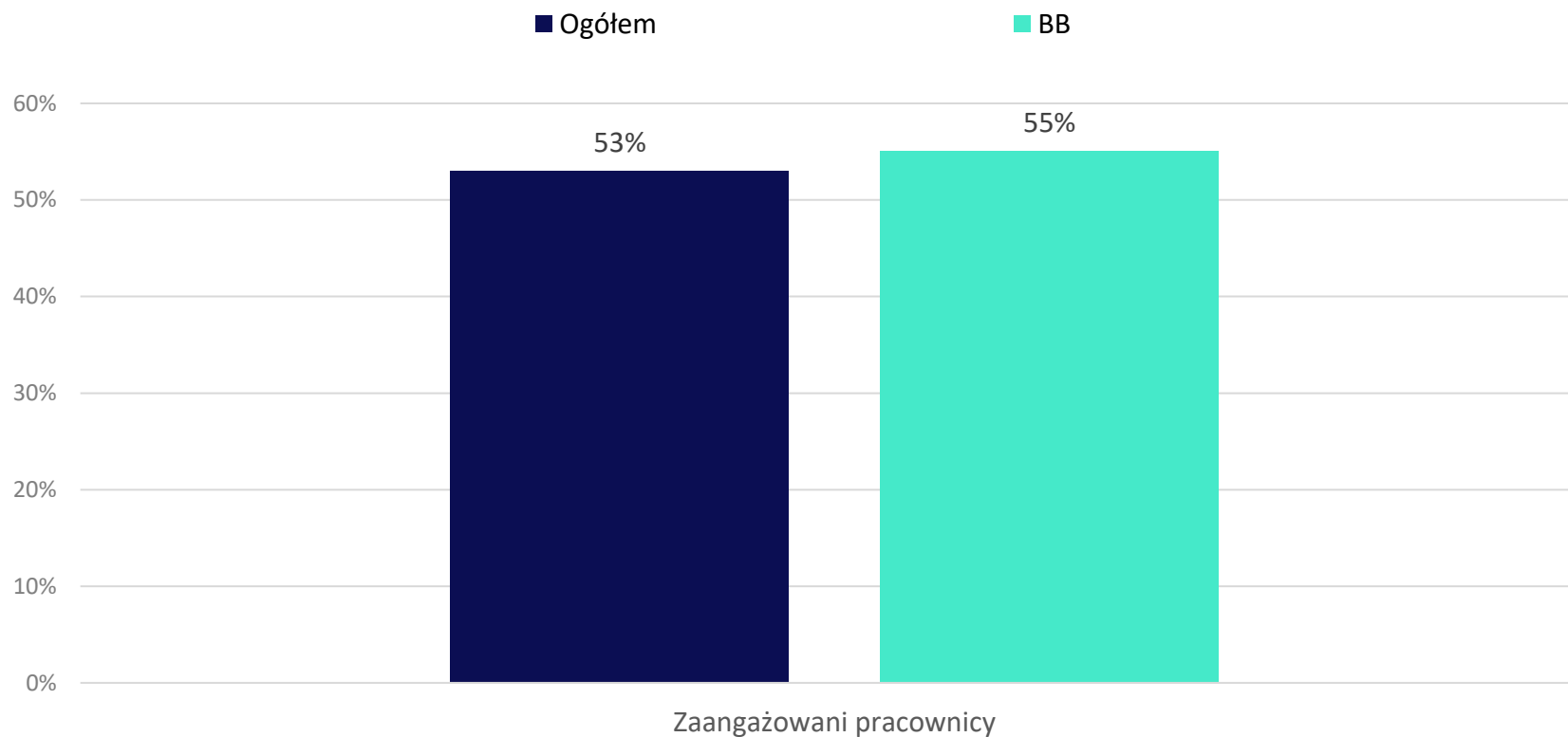
Wykres przedstawia wartości Top2Box, czyli sumę odpowiedzi pozytywnych 4 i 5 pkt.



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

Pracownicy zaangażowani

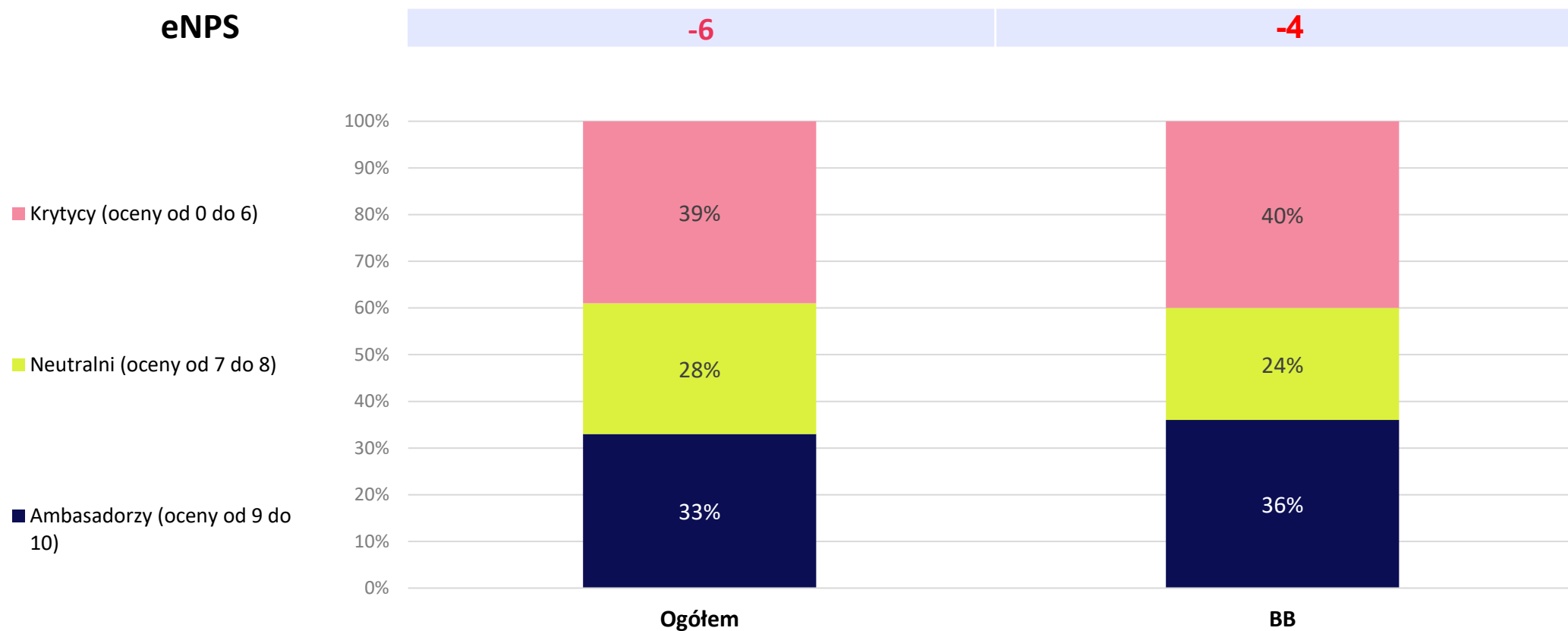
Ponad połowa przedstawicieli pokolenia Baby Boomers to osoby zaangażowane w pracę (55%) – to wynik bardzo zbliżony do średniej ogólnopolskiej. Pokazuje to, że mimo różnic pokoleniowych, starsi pracownicy wciąż aktywnie uczestniczą w życiu zawodowym.



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

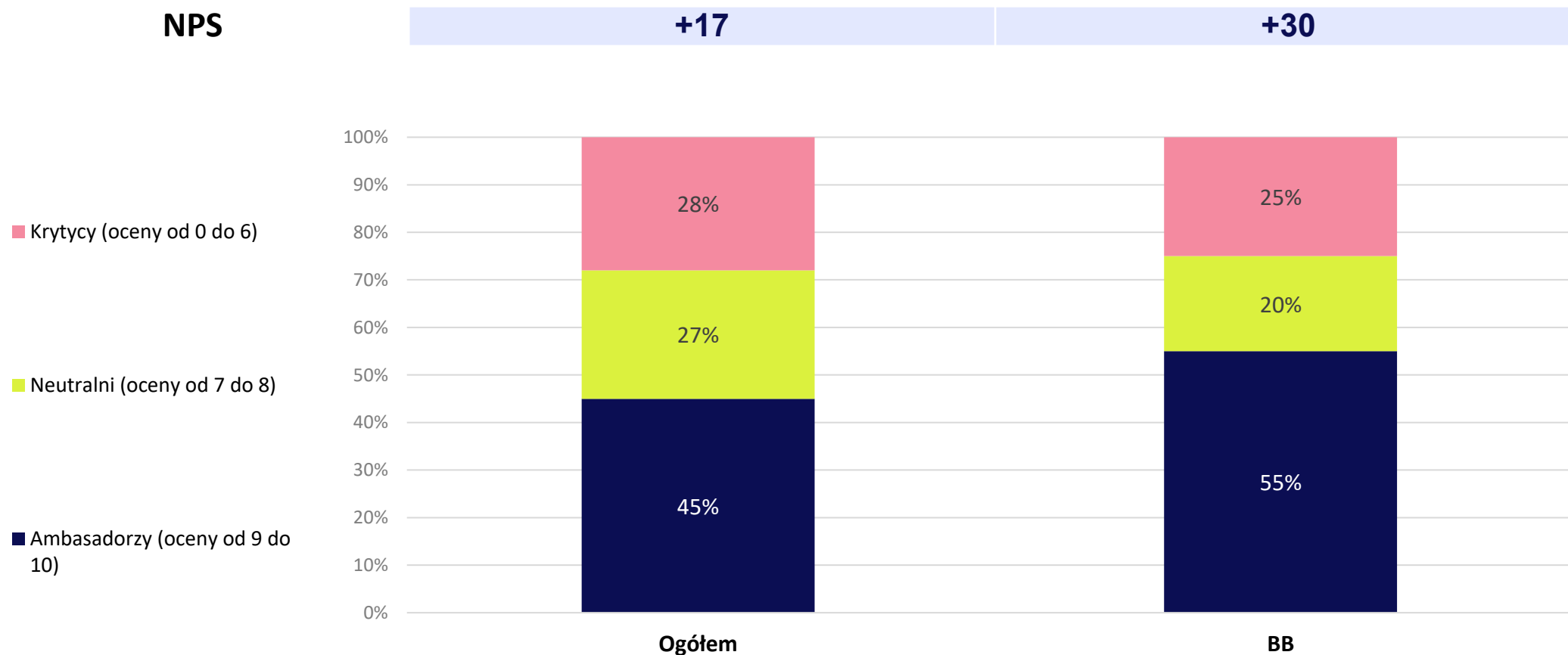
eNPS (Employee Net Promoter Score)



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 BB – świadome, otwarte, racjonalne

1. Postawy wobec kariery i rynku pracy

Boomersi to pokolenie, które jasno dostrzega swoją odrębność na rynku pracy – aż 80% z nich deklaruje, że kieruje się innymi priorytetami niż młodsze generacje. Są bardziej osadzeni w swoich ścieżkach zawodowych – tylko 41% otwarcie deklaruje gotowość na zmianę branży, a jeszcze mniej (46%) uważa zdobywanie doświadczeń w różnych sektorach za bardziej atrakcyjne niż stabilna praca w jednej dziedzinie.

Zdecydowanie rzadziej niż inne grupy postrzegają swoje pokolenie jako aktywnie zmieniające zawód (32%). Jednocześnie aż 57% odczuwa ograniczone możliwości awansu i rozwoju, a 51% zauważa, że stereotypy mogą wpływać na ich pozycję zawodową. BB nie szukają zmian dla samych zmian – wolą pozostać tam, gdzie widzą sens i stabilność. Decyzje podejmują rozważnie, a lojalność opierają na doświadczeniu i dopasowaniu wartości.

2. Gotowość do zmiany pracy

Przedstawiciele pokolenia BB są znacznie mniej mobilni niż młodsze grupy – aż 61% z nich deklaruje, że nie planuje żadnej zmiany pracy. Tylko 5% aktywnie poszukuje nowych ofert, a kolejne 4% jest na etapie rozważań. Co istotne, tylko 17% pozostaje otwartych na ewentualne propozycje.

To świadczy o dużym przywiązaniu do obecnego miejsca pracy, ale też o ostrożnym podejściu do zmian – przemyślanym i zakorzenionym w potrzebie stabilizacji. Ich podejście często opiera się na doświadczeniu, nie na emocjach. To pracownicy, którzy raczej nie „rozglądają się na boki”, chyba że sytuacja naprawdę ich do tego zmusi.



Pokolenie BB – świadome, otwarte, racjonalne

3. Motywacje do zmiany pracy

Dla boomersów powód do zmiany pracy musi być naprawdę istotny. Choć wynagrodzenie nadal pozostaje najczęściej wskazywanym czynnikiem (60%), to już znacznie rzadziej niż w przypadku młodszych generacji. Zdecydowanie rzadziej wskazują także na brak rozwoju (18%) czy przeciążenie pracą (28%).

Tylko 8% myśli o zmianie branży, a zaledwie 4% przyznaje, że brakuje im poczucia sensu. Co ciekawe, relacje zespołowe praktycznie nie stanowią problemu, a nieco częściej pojawiają się za to powody zdrowotne (12%) czy napięcia z przełożonym (15%). To pokazuje, że dla tej grupy ważna jest jakość relacji w pracy, nie potrzebują ciągłych bodźców, tylko warunków, w których mogą spokojnie wykonywać swoje zadania.

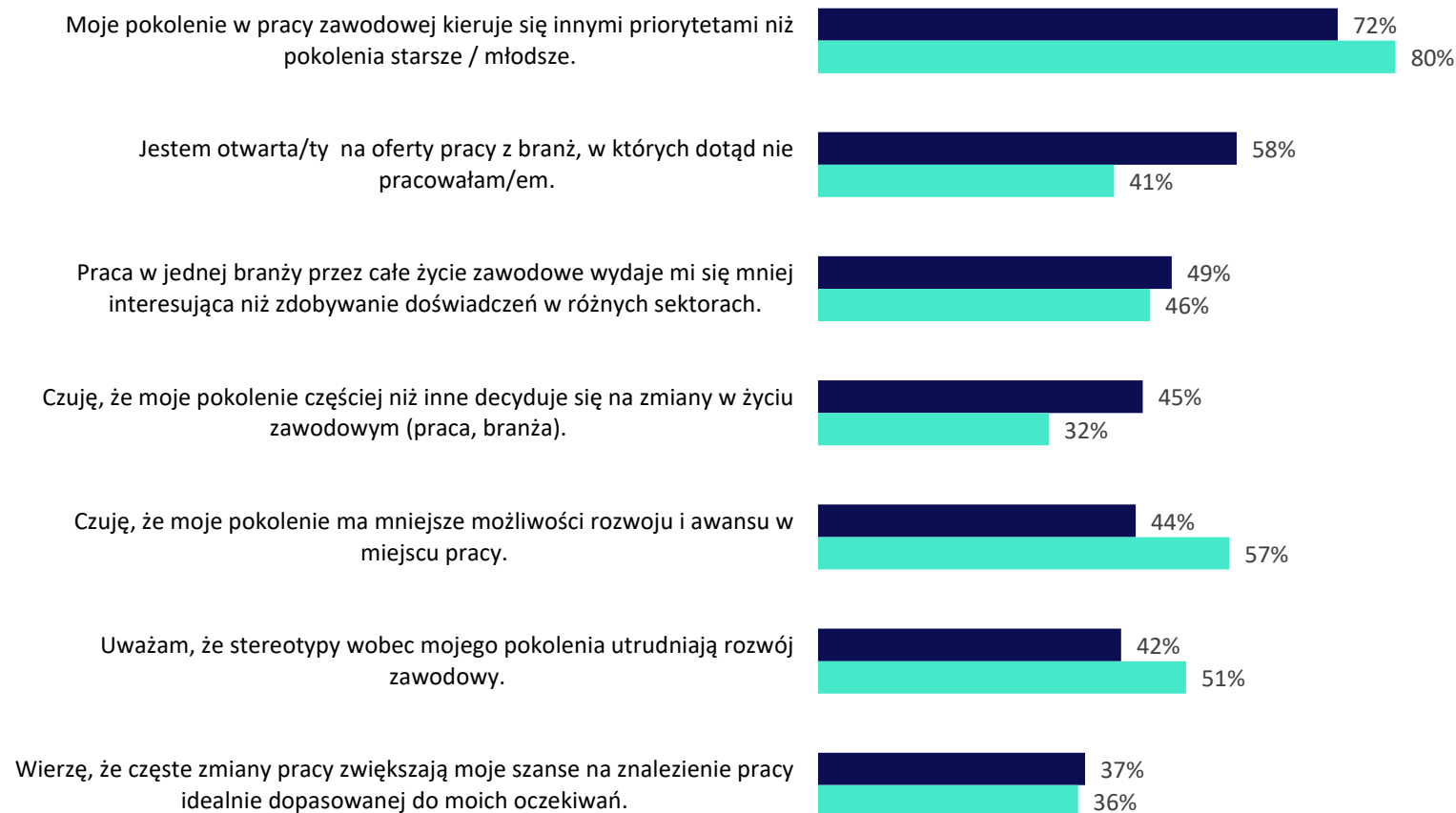
4. Aktywność na rynku pracy

Pokolenie BB nie należy do aktywnych eksploratorów rynku pracy – 34% z nich w ogóle nie przegląda ofert, a tylko 3% robi to codziennie. Zaledwie 7% zagląda do ogłoszeń kilka razy w tygodniu, a 16% kilka razy w miesiącu. Mimo to nie oznacza to braku czujności – 39% zagląda do ofert przynajmniej raz na jakiś czas. To osoby, które potrafią czekać i nie podejmują decyzji pod wpływem impulsu. Kiedy rozważają zmianę, robią to rozważnie, z kalkulacją. Są mniej podatni na „lepszą ofertę”, ale jeśli znajdą miejsce dopasowane do swoich potrzeb potrafią dać mu szansę.



Postawy wobec kariery i rynku pracy

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

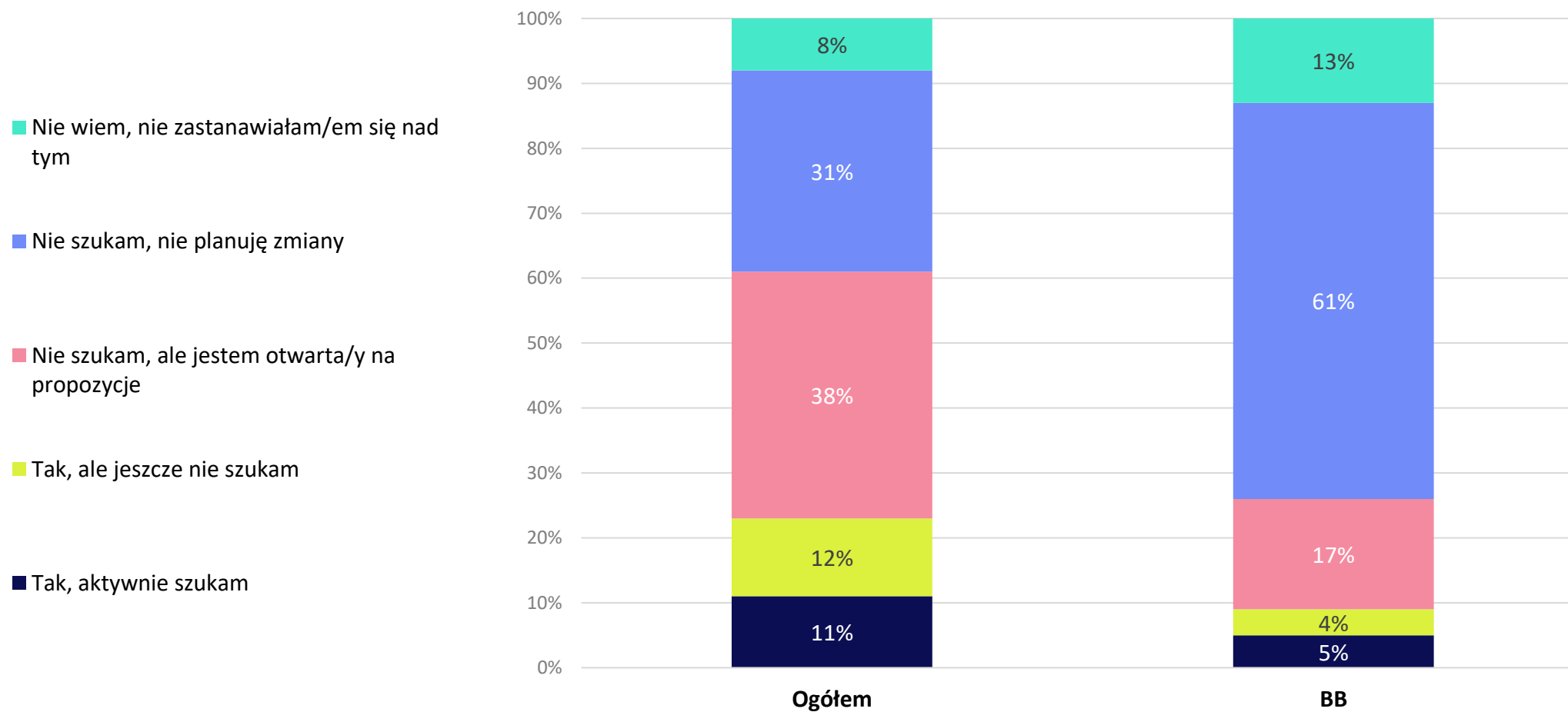


■ Ogółem

■ BB

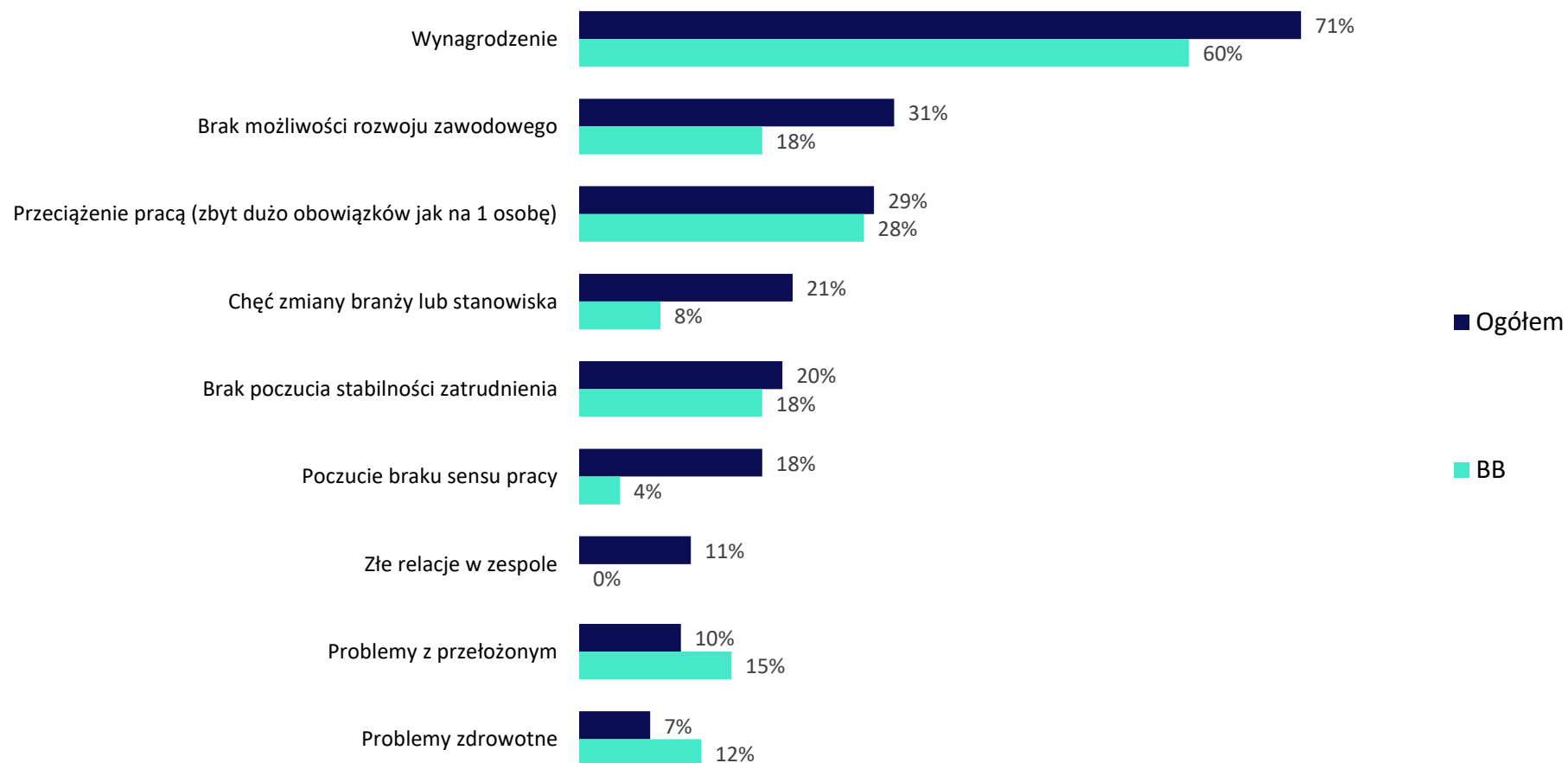
P. W jakim stopniu zgadzasz się lub nie z każdym z poniższych stwierdzeń?
Oceny proszę dokonać na skali 1-5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie zgadzam się”, a 5 „zdecydowanie zgadzam się”.

Czy w najbliższym czasie planujesz zmianę pracy?



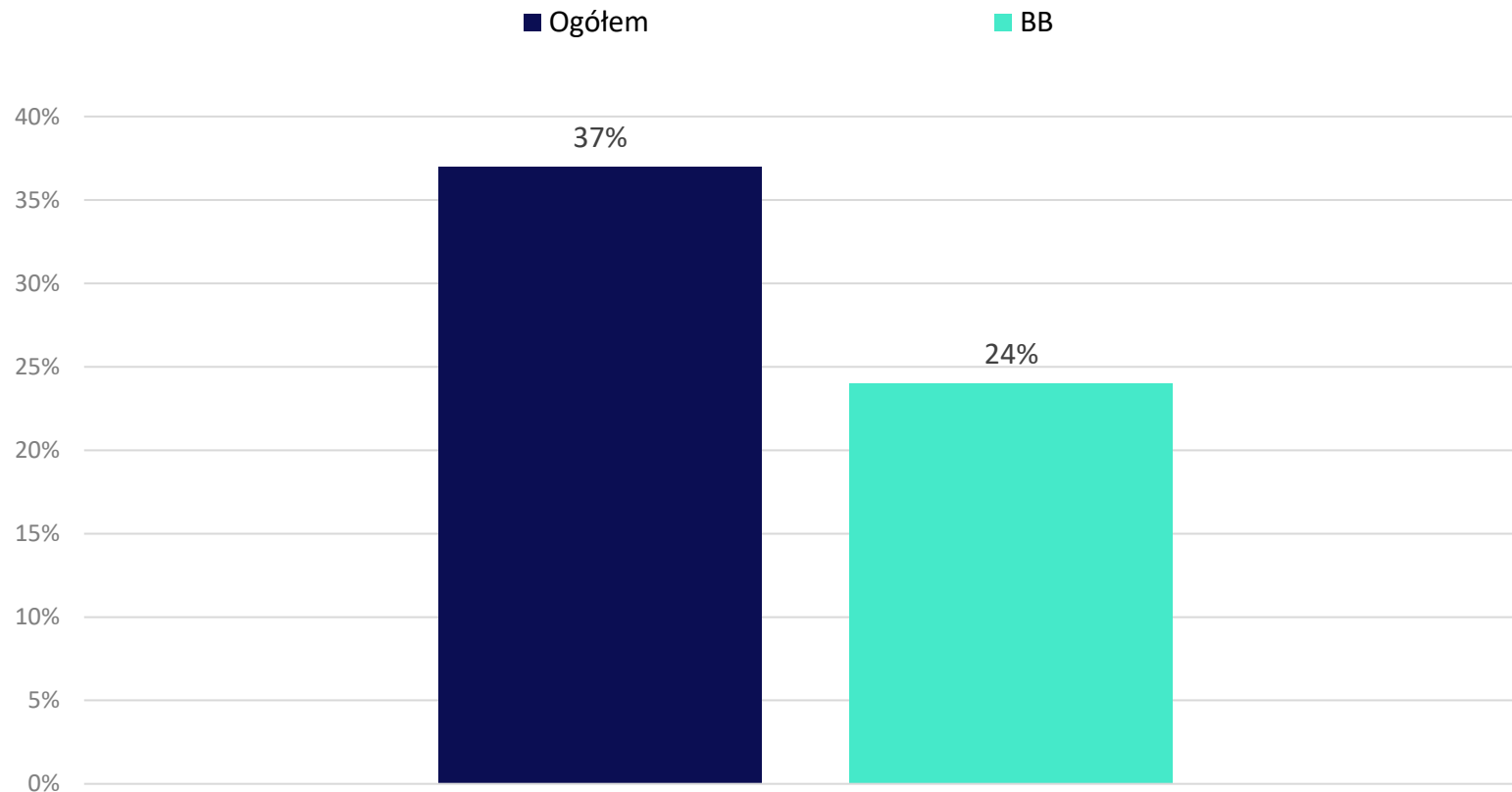
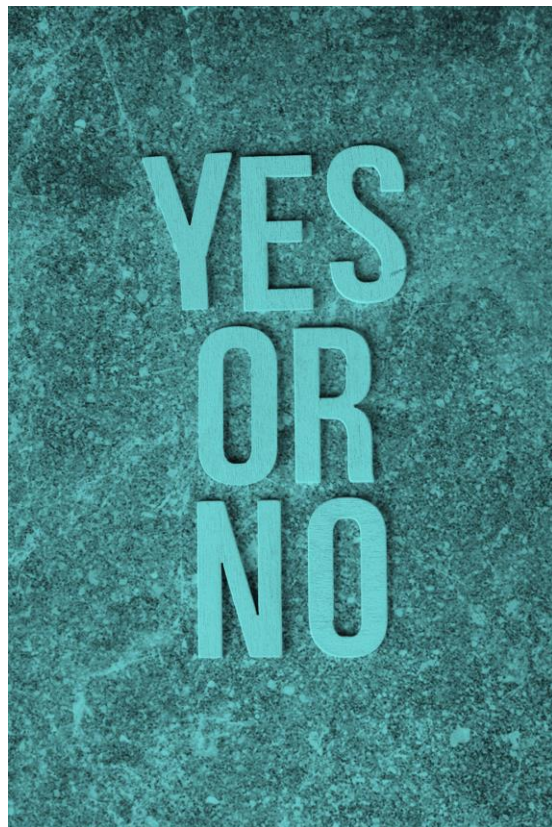


Jeśli rozważasz zmianę pracy, co jest tego głównym powodem?



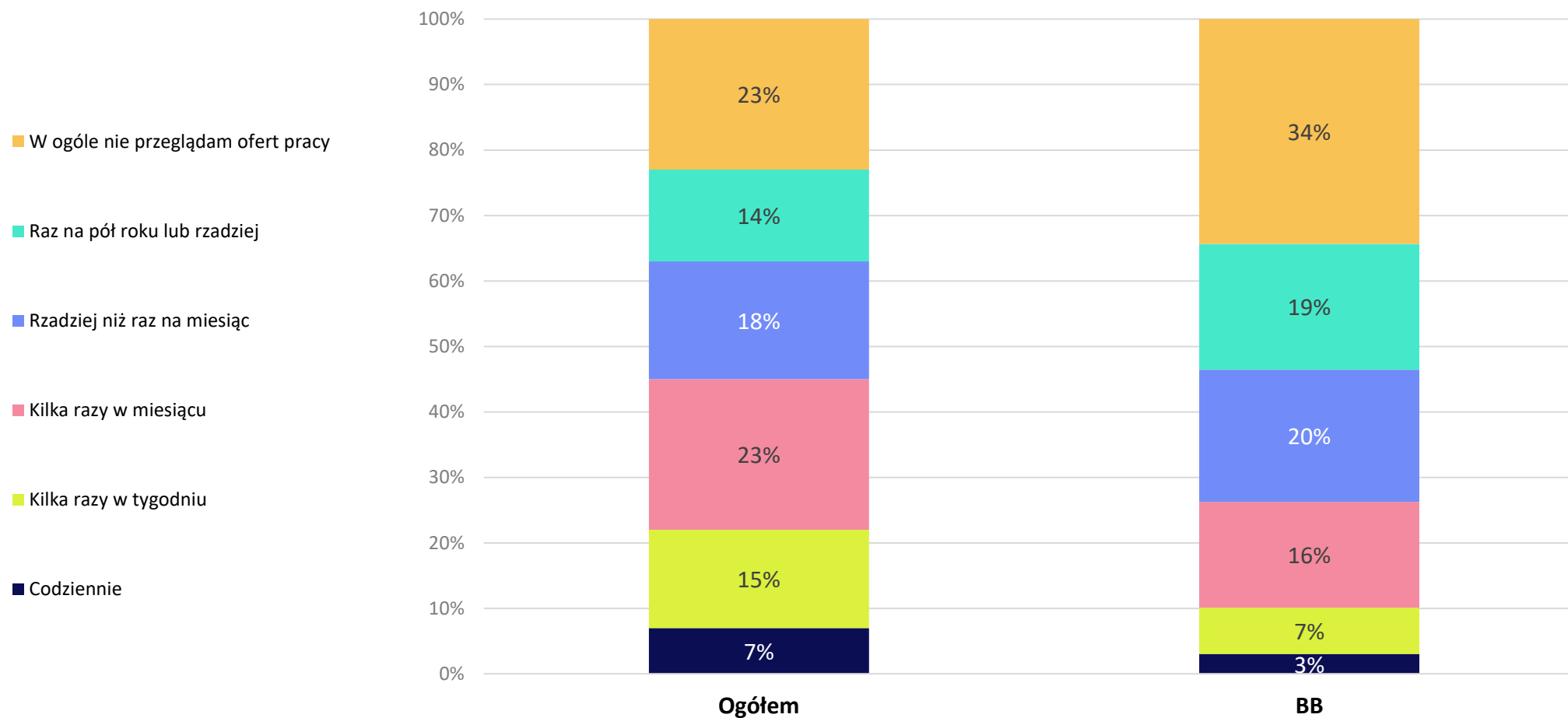
Gdybym otrzymał(a) ofertę z innej firmy, o podobnym poziomie wynagrodzenia, zmienił(a)bym pracę

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 BB w pracy: przestrzeń, szacunek, przewidywalność

Warunki pracy i dopasowanie oferty

Baby Boomers doceniają stabilne i czytelne środowisko pracy – 73% z nich ma możliwość elastycznego korzystania z urlopów i przerw, a 62% czuje, że może swobodnie wyrażać siebie w miejscu pracy. Oznacza to, że organizacje tworzą im wystarczającą przestrzeń do działania w zgodzie z własnym stylem pracy i doświadczeniem.

Również proces wdrożenia (56%) i oferowane benefity (52%) są oceniane przez nich wyżej niż w innych grupach. Choć ścieżki kariery nie są dla tej grupy kluczowe, zadowolenie z ich dopasowania wynosi 46%, czyli dokładnie tyle, ile ogólnie w populacji wszystkich pracujących w Polsce.

Dane wskazują na to, że pokolenie BB odnajduje się w przewidywalnym rytmie i przejrzystych zasadach – bez zbędnych udiwnień, ale też bez poczucia ograniczenia.



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”.

Gen BB w pracy: **poczucie sensu, doświadczenie, wspólnota wartości**

Znaczenie pracy i zgodność z wartościami organizacji

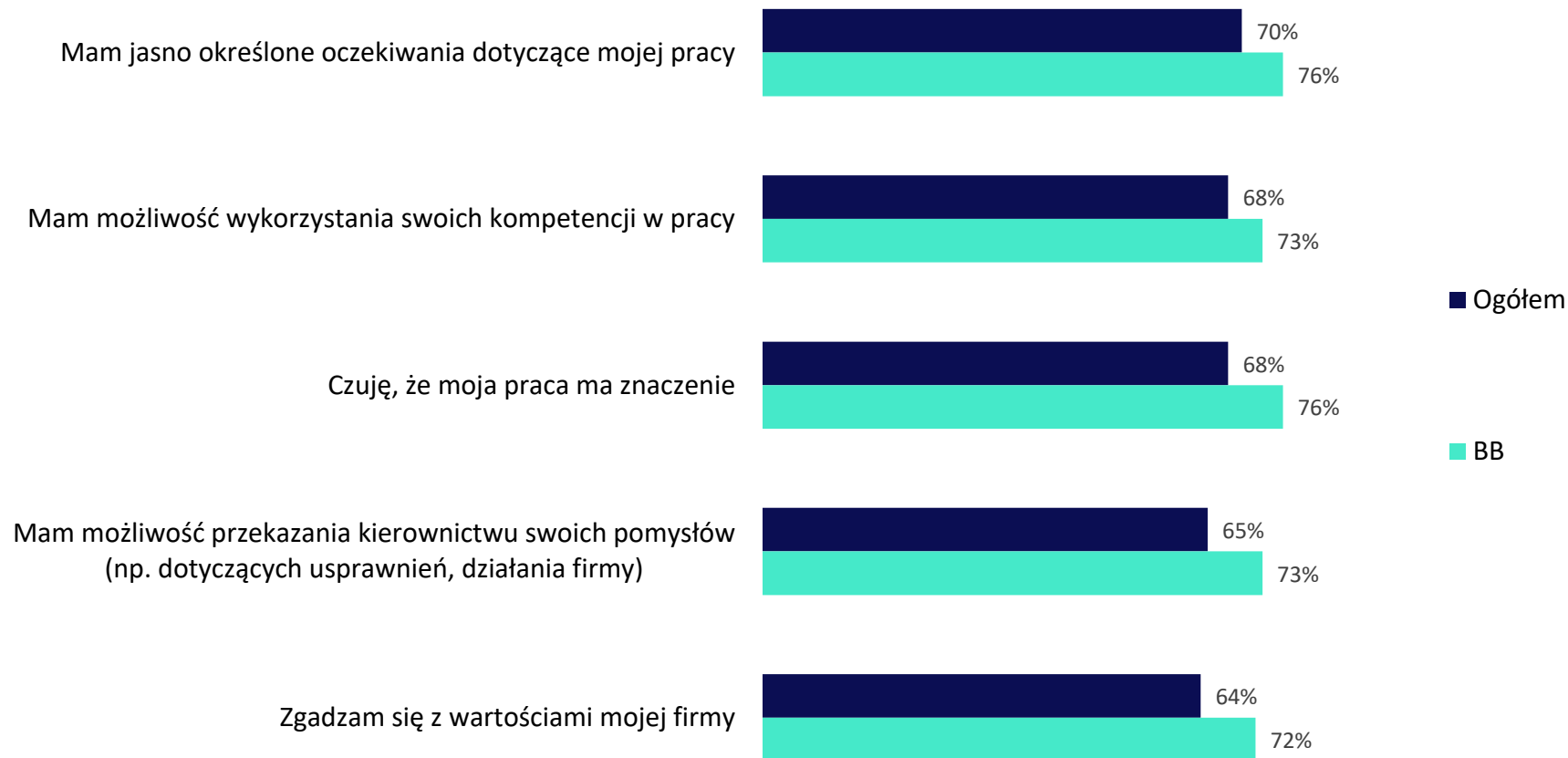
Baby Boomers to pokolenie, które w pracy szuka nie tylko stabilności, ale i głębszego sensu. Aż 76% przedstawicieli tej grupy czuje, że ich praca ma znaczenie, że to co robią, realnie służy innym i przynosi wartość. Jednocześnie to osoby świadome swojej roli: 76% ma jasno określone oczekiwania dotyczące zadań i odpowiedzialności, a 73% czuje, że może w pełni wykorzystywać swoje kompetencje. To nie tylko wykonawcy to również osoby, które wnoszą do organizacji swoje doświadczenie i inicjatywę.

Aż 73% Baby Boomers deklaruje, że może dzielić się pomysłami z kierownictwem, a 72% zgadza się z wartościami firmy, w której pracuje. Ich relacja z pracą opiera się na zaufaniu, dojrzałości i głębokim osadzeniu w kulturze organizacyjnej, bez konieczności głośnego manifestowania swoich potrzeb.



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”.



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

ADRES

ul. Bolesława Prusa 2
02-844 Warszawa

WWW

www.praca.pl