

*Informacja prasowa, 24 czerwca 2024 r.*

**Boomersi z Zetkami w jednym teamie**

**O różnorodności wiekowej w miejscu pracy**

**Polski rynek pracy staje się coraz bardziej różnorodny. Tworzą go nie tylko osoby o różnej płci, narodowości, orientacji seksualnej, ale także w bardzo zróżnicowanym wieku. Obecnie aktywne zawodowo są aż cztery pokolenia: Baby Boomers, którzy debiutowali na rynku pracy w latach 80. oraz przedstawiciele kolejnych pokoleń: X, Y i Z. Te wielopokoleniowe kadry to dla pracodawcy wyzwanie, ale także – przy umiejętnej polityce włączania – szansa, aby tworzyć świetne miejsca pracy, a jednocześnie zapewnić firmie sukces.**

**W pracy ramię w ramię z pradziadkiem**

Każde pokolenie kieruje się innymi wartościami i ma inne priorytety. Różni ich też podejście do pracy, postawa i oczekiwania względem pracodawcy. Boomersi (w wieku 60-76 lat) to stara gwardia. Byli świadkami ogromnych zmian i zyskali umiejętność przystosowywania się do nich. Pokolenie X (w wieku 44-59 lat) uważa się za ostatnie z tych stawiających pracę na pierwszym miejscu. Są przyzwyczajeni do ciężkiej pracy i oczekują tej samej etyki pracy od innych. Milenialsi (pokolenie Y – w wieku 27-43 lat) stanowili częsty temat pokoleniowych żartów, ze względu na ich walkę o dodatkowe uprawnienia i wysiłki, aby pogodzić pracę z życiem rodzinnym. No i Zetki, obecnie poniżej 26 roku życia, które dopiero wchodzą na rynek pracy wraz ze swoim entuzjazmem dla nowych technologii i chęcią, aby zmieniać świat. Zaspokojenie wszystkich tych – często wzajemnie konkurencyjnych – potrzeb i interesów przy jednoczesnej konieczności stworzenia silnego zespołu nie jest łatwym zadaniem. Pracodawcy, którzy jednak poradzą sobie z tym wyzwaniem, otrzymają do zagospodarowania twórczą różnorodność talentów, umiejętności, doświadczeń i perspektyw.

**W różnorodności siła**

Nie istnieje udana próba promowania różnorodności, jeśli nie towarzyszy jej umiejętna polityka włączania, czyli pełna otwartość na inny sposób myślenia , a jednocześnie gotowość do zrewidowania własnych przekonań. Aby zróżnicowane wiekowo środowisko pracy mogło być autentycznym atutem organizacji, muszą w niej działać skuteczne praktyki budowania międzypokoleniowych relacji. U ich podstaw leży m.in. zachęcanie do dzielenia się wiedzą. Co jednak ważne, przepływ wiedzy na osi mistrz-uczeń wcale nie musi oznaczać od starszego do młodszego. Są firmy, które z powodzeniem praktykują tzw. *odwrócony* mentoring, co ma miejsce, kiedy młodsi pracownicy wdrażają starszych np. w technologiczne zawiłości. Co więcej, jeśli – jak wynika z niektórych badań – Zetki rzeczywiście są gotowe pomagać starszym pracownikom w opanowaniu nowych technologii, ale, co ważne, jednocześnie oczekują, że będą się uczyć od koleżanek i kolegów z pracy, a nie dzięki pomocy Internetu, brzmi to jak wielka szansa na udaną międzypokoleniową współpracę. Tylko te oczekiwania, motywacje i potrzeby ludzi trzeba indywidualnie odkryć oraz nadać im w organizacji praktyczny sens.

**Czy pracodawcy potrafią tworzyć różnorodne i inkluzywne miejsca pracy?**

Najbardziej trafnej odpowiedzi na to pytanie mogą udzielić sami pracownicy, odwołując się do własnych doświadczeń. Jeśli przyjrzymy się wypowiedziom laureatów tegorocznej listy Najlepszych Miejsc Pracy™ w Polsce (Great Place To Work® ogłosił wyniki konkursu 24 maja, a więcej informacji można znaleźć pod linkiem <https://www.greatplacetowork.pl/najlepsze-miejsca-pracy-3/najlepsze-miejsca-pracy-polska/2024>), to wygląda to naprawdę dobrze. 95 procent z nich zadeklarowało, że czują się równo traktowani bez względu na swój wiek. Niestety w firmach spoza listy nie jest już tak dobrze. Na tak samo postawione pytanie w najnowszym sondażu ogólnopolskim jedynie 57 procent nie odczuwało żadnej formy dyskryminacji ze względu na wiek. Podobnie kształtuje się rozkład odpowiedzi dotyczących równego traktowania pod kątem zajmowanego stanowiska. Podczas kiedy aż 92 procent pracowników wyróżnionych firm zadeklarowało, że czują się pełnoprawnymi członkami zespołu bez względu na piastowane stanowisko, to w przypadku średniej krajowej ten odsetek był aż o 33 punkty procentowe niższy i wyniósł 59 procent. Co zatem pracodawcy powinni zrobić, aby dogonić firmy z listy Najlepszych? Kluczem do takich wyników jest zmiana perspektywy: umiejętność traktowania każdego pracownika jako jednostki oraz docenianie wartości, jaką każda osoba wnosi do zespołu, niezależnie od jej wieku i doświadczenia. I oczywiście za tym muszą pójść konkretne praktyki i firmowe programy. Budowanie w organizacji kultury feedbacku z prawdziwego zdarzenia czy powoływanie społeczności ERGs (employee reources groups) to przykłady działań w dobrą stronę.

**Dobre miejsce pracy musi być dobre dla wszystkich**

Dla menedżerów zatrudniających wielopokoleniową kadrę umiejętna integracja wszystkich pokoleń jest niezbędna, zwłaszcza że na konkurencyjnym rynku różnorodność jest atutem firmy. Badania Great Place To Work® konsekwentnie potwierdzają, że zróżnicowane i włączające miejsca pracy charakteryzują się większą retencją pracowników, większym wzrostem przychodów i większą gotowością do innowacji. A różnorodność wiekowa stanowi ważną część tego równania*.* Aby stawić czoła przyszłym wyzwaniom, firmy będą potrzebowały zintegrowanego wysiłku wszystkich swoich pracowników. To dlatego misją Great Place To Work® jest promowanie kultury organizacyjnej *For All™* będącej rozwinięciem modelu wzajemnego zaufania. Podejście *For All™* krótko i precyzyjnie ujmuje, co jest kluczowym celem polityki różnorodności. Bezdyskusyjnym faktem jest to, że dzisiejsze miejsca pracy są o wiele bardziej zróżnicowane i globalnie połączone niż kiedykolwiek wcześniej. Biorąc pod uwagę złożoność współczesnego środowiska pracy, liderzy muszą wykorzystać inteligencję zbiorową, aby zmaksymalizować potencjał każdej osoby.

Czy istnieje alternatywa do takiego podejścia? Promowanie jedynie pracowników o bardzo określonych, podobnych kompetencjach, w dłuższej perspektywie prowadzi firmę prosto na mieliznę myślenia grupowego i konformizmu. A tego rodzaju uniformizm kroczy w przeciwnym kierunku niż innowacyjność.

Informacji udzielają:

**Joanna Kowalczuk**, Be Communications, Head of Strategy Development, tel. 603 981 872,

e-mail: j.kowalczuk@becomms.pl

**Marzena Winczo-Gasik**, Great Place To Work Polska, szef Zespołu Culture Audit, menedżer ds. komunikacji,

tel. 500 188 814, e-mail: marzena.winczo@greatplacetowork.com