

Dovolená navíc a práce z domova. Personalisté vybrali nejatraktivnější benefity

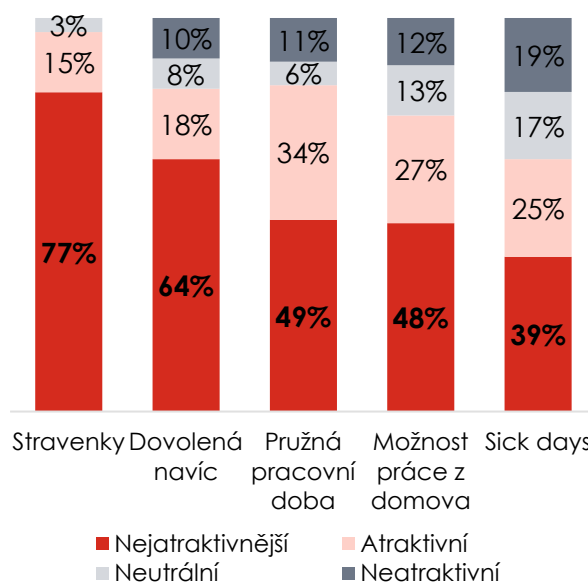
Až 80 % personalistů napříč českými firmami považuje zaměstnanecké benefity za nezbytnou součást odměňování. Je to zhruba o čtvrtinu větší číslo než loni. Dalšíh 18 % zástupců HR oddělení považuje za důležité alespoň benefity v jejich základní formě, jako jsou stravenky nebo dovolená navíc. Ty jsou spolu s možností práce z domova, kterou poskytuje už 9 z 10 firem, vnímány jako vůbec nejatraktivnější. Vyplývá to z březnového průzkumu Recruitment Academy a společnosti Edenred.¹ Navzdory rozsáhlým škrtům v období koronaviru nabídka benefitů většina firem zachovala, v posledních měsících ji část dokonce rozšiřuje.

Stravenky, pružná pracovní doba, dovolená navíc či práce z domova. To jsou zaměstnanecké benefity, které personalisté podle průzkumu Recruitment Academy a společnosti Edenred považují za vůbec nejatraktivnější. Z průzkumu také vyplývá, že hned 79,5 % dotázaných zástupců HR oddělení českých firem považuje zaměstnanecké benefity za nezbytnou součást odměňování. Dalšíh 17,9 % uvedlo, že za důležité považují alespoň základní benefity, jako jsou stravenky či dovolená navíc. Proti zaměstnaneckým benefitům se naopak vyslovilo pouhých 2,6 % respondentů.

„Oceňovanou výhodou zaměstnaneckých benefitů je, že se jim velmi úspěšně daří zaměstnance motivovat ke zdravějšímu životnímu stylu. Lidé díky nim více sportují, jedí bohatší a vyváženější stravu, vzdělávají se a dále rozvíjejí své dovednosti po všech stránkách. To je něco, co bychom měli podporovat. Všechny tyto aktivity mají totiž vliv nejen na spokojenost a zdraví zaměstnanců, ale v důsledku i na chod a výkonnost firem,“ upozorňuje **Gabriela Šimšová, personální ředitelka společnosti Edenred.**

Přesvědčení o důležitosti zaměstnaneckých benefitů mezi zástupci firem rok od roku roste. V roce 2022 je označilo jako nezbytnou součást odměňování 57,4 % personalistů. Meziročně tak došlo k nárůstu o 22,1 %. Počet odpůrců zaměstnaneckých benefitů naopak klesl o 7,3 %. Poměr odpovědí se navíc nijak výrazně neliší ani mezi zástupci velkých a malých podniků.

Nejatraktivnější benefity podle personalistů



¹ Online průzkum Recruitment Academy a společnosti Edenred s názvem „HR marketing, odměňování a benefity“ byl realizován na přelomu března a dubna 2023 na vzorku 117 respondentů z řad personalistů českých firem.

Na trhu práce spolu firmy v současnosti bojují doslova o každého kvalifikovaného zaměstnance. Rolí proto hraje i to, jak dobře dokážou nabízené benefity odkomunikovat. „Employer branding, tedy komplexní komunikaci směrem k potenciálním zájemcům o práci, se podle našeho průzkumu alespoň v omezené míře věnuje téměř 68 % zaměstnavatelů. Společně s výší finančního ohodnocení se totiž benefity staly jedním z parametrů, které při hodnocení pracovních nabídek zaměstnanci zkoumají nejpozorněji,“ říká **Milan Novák, spoluzakladatel Recruitment Academy a CEO společnosti GoodCall**. Trend podle něj souvisí i s tím, že na pracovních pohovorech se kandidáti již obvykle neptají, zda nějaké benefity dostanou, ale chtějí ve vší konkrétnosti slyšet, které to budou a v jakém rozsahu.

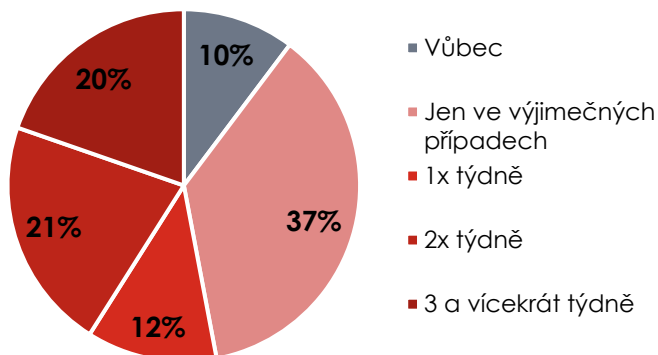
Pomocná ruka během krize

Během pandemie koronaviru a následujícího období poznamenaného vysokými cenami energií i rekordní mírou inflace prošly zaměstnanecké benefity obtížnou zatěžkávací zkouškou. Vzhledem k obecnému zhoršení finanční situace podniků a všudypřítomnému šetření se očekávalo, že je firmy omezí nebo zcela přestanou hradit. Z průzkumu však vyplývá, že navzdory těmto podmínkám zachovalo stejné složení zaměstnaneckých benefitů jako v předcovidovém období hned 70,5 % dotázaných firem.

„Během pandemie se firmy snažily šetřit všude, kde to bylo možné. Na zaměstnanecké benefity si však valná většina z nich sáhnout nedovolila. Dobře si totiž uvědomovaly, jak důležitou roli hrají právě v těchto náročných obdobích. Zejména v době krize benefity umožňují lidem se realizovat v aktivitách, které by se jinak staly obětmi šetření. V posledních letech je lidé také hojně využívali k pokrytí výdajů spojených s nákupem léků či školkovným, díky čemuž ulevily napjatým rozpočtům domácností. Tento aspekt benefitů nebývá příliš často zmiňován, je ovšem zásadní,“ vysvětluje **Gabriela Šimšová, personální ředitelka společnosti Edenred**.

Po odeznění pandemie firmy nabídku benefitů naopak dokonce rozšiřovaly. Nejčastěji se změny týkaly nabídky stravenek, sportovních a kulturních akcí a možnosti práce z domova. Právě home office se ze všech benefitů, které získaly popularitu během pandemie, uchytil nejlépe. Průzkum ukázal, že pracovat z domova nyní umožňuje zaměstnancům 9 z 10 firem. Výrazně se však liší podmínky, za kterých tento benefit poskytují. Tři a víc dnů v týdnu umožňuje zaměstnancům z domova pracovat 19,7 % firem, dalších 21,4 % pak nabízí home office dvakrát týdně, 12 % jednou týdně. Až 36,8 % pak poskytuje možnost pracovat doma jen ve výjimečných případech.

Umožňujete práci z domova?



O společnosti Edenred CZ

Edenred ČR pečuje o 700 000 každodenních uživatelů z řad zaměstnanců, kterým poskytuje služby v síti 57 000 partnerských provozoven. V oblasti digitalizace patří k lídrům na českém trhu. Stravenky a volnočasové benefity jsou k dispozici na jedné platební kartě Edenred Card. Karta umožňuje platbu mobilními aplikacemi Apple Pay a Google Pay. Čerpání benefitů je možné online díky platformě Edenred Benefits Café.

Edenred, každodenní společník zaměstnanců, poskytovatel přední digitální platformy pro služby a platby spojující přes 52 milionů uživatelů a 2 miliony partnerských provozoven ve 45 zemích prostřednictvím přibližně 950 000 firemních klientů.

Edenred nabízí specifická platební řešení pro konkrétní použití zaměřená na stravování (stravenky), motivaci (dárkové karty, platformy pro zapojení zaměstnanců), mobilitu (čerpací stanice, údržba, mýtné či parkovné) a firemní platby (virtuální karty).

V souladu se záměrem skupiny „Enrich connections. For good“ umožňují tato řešení zlepšovat pohodu a kupní sílu uživatelů. Zlepšují i atraktivitu a efektivitu společností, oživují trh práce a místní ekonomiku. Rovněž podporují přístup ke zdravějším potravinám, produktům šetrnějším k životnímu prostředí a ekologičtější dopravě.

10 000 zaměstnanců společnosti Edenred usiluje o to, aby se propojený svět práce stal propojeným ekosystémem, který je bezpečnější, efektivnější a zodpovědnější.

V roce 2022 skupina díky svým globálním technologickým aktivům spravovala obchodní objem téměř 38 miliard EUR, a to především prostřednictvím mobilních aplikací, online platform a karet.

Edenred je zapsán na burze cenných papírů Euronext v Paříži a je součástí indexů CAC Next 20, CAC Large 60, Euronext 100, FTSE4Good a MSCI Europe.

Značky a loga uvedená a použitá v této tiskové zprávě jsou ochrannými známkami registrovanými společností EDENRED S.E., jejími dceřinými společnostmi nebo třetími stranami. Bez písemného souhlasu svého vlastníka je nelze použít ke komerčním účelům.

KONTAKT PRO MÉDIA

Jan Kroupa
Tel. +774 992 274
jan.kroupa@dfmg.cz