

## Tři čtvrtiny Čechů si práci vybírají podle nabídky benefitů. Pro generaci Z budou zásadní

Při výběru nové práce se Češi stále častěji rozhodují podle nabídky benefitů. Průzkum společnosti Edenred ukázal, že pro 75 % zaměstnanců je důležité, aby při změně pracovního místa jejich nový zaměstnavatel nabízel volnočasové benefity. U příslušníků generace Z je to dokonce 82 %. Nejpopulárnějším benefitem je dovolená navíc, dále následuje třináctý plat, příspěvek na stravování a příspěvek na volnočasové aktivity. Ten si v posledních letech nachází místo ve stálé nabídce benefitů velké části firem, za samozřejmost jej považuje už téměř polovina zaměstnanců.

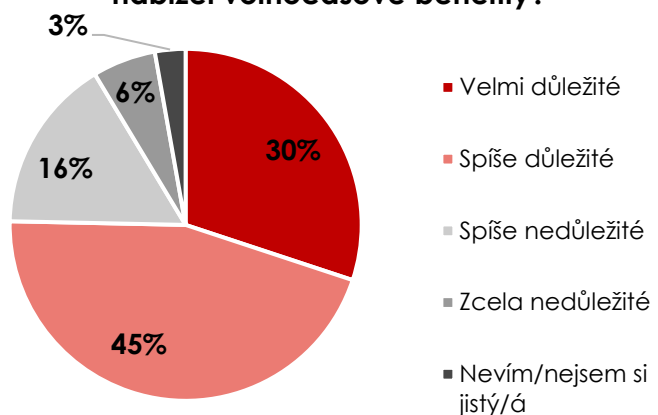
Zaměstnanecké benefity se stávají důležitým kritériem, podle kterého se Češi rozhodují, kam poslat svůj životopis. Z průzkumu společnosti Edenred provedeného na vzorku více než 5200 zaměstnanců vyplývá, že nabídku volnočasových benefitů při výběru zaměstnavatele či změně pracovního místa vnímá jako důležitou až 75 % z nich. Až 30 % respondentů je dokonce označilo za velmi důležité.

Nejpečlivěji studují seznamy benefitů příslušníci generace Z, tedy lidé narození mezi lety 1997 a 2012.

Ve věkové skupině 18–26 let označilo volnočasové benefity jako důležitý faktor při rozhodování o svém budoucím zaměstnání celkem 82 % respondentů.

*„Zaměstnanci se o nabídku volnočasových benefitů zajímají víc než kdy dříve a co je nejdůležitější, stále častěji se podle ní při výběru firem, kde se plánují o místo ucházet, řídí. Za vůbec nejatraktivnější považují benefity uplatnitelné v lékárnách či v oblastech kultury, wellness a cestování, které jsou zvláště oblíbené mezi nejmladší věkovou skupinou zaměstnanců. U ní se do popředí navíc dostávají i sportovní aktivity a zábava,“* doplňuje **Gabriela Šimšová, personální ředitelka společnosti Edenred.**

**Je pro vás důležité, aby při změně pracovního místa nový zaměstnavatel nabízel volnočasové benefity?**



S hodnotami mladých se v současnosti setkávají především manažeři spadající do generace, která práci a výkonnost dlouho vnímala jako prioritu. To pro generaci Z již neplatí. „Pro mladé už není pojem work-life balance jen líbivým HR sloganem, ale kategorickým požadavkem. Očekávají respektování individuálních potřeb, neformální otevřenou atmosféru a smysluplnost práce namísto drilu. Od zaměstnavatele vyžadují osobní přístup, který se projevuje nejen širokou nabídkou benefitů, včetně možnosti alespoň občas pracovat z domova,

ale třeba i možností přivést si psa do kanceláře. Na pracovních pohovorech je generace Z sebevědomější. A není divu – pomáhá jí v tom vyšší úroveň vzdělání i situace na trhu práce,“ vysvětluje **Marek Hlavica, ředitel asociace PR agentur (APRA)**. Právě v oborech jako marketing či public relations tvoří příslušníci generace Z významnou část zaměstnanců již dnes.

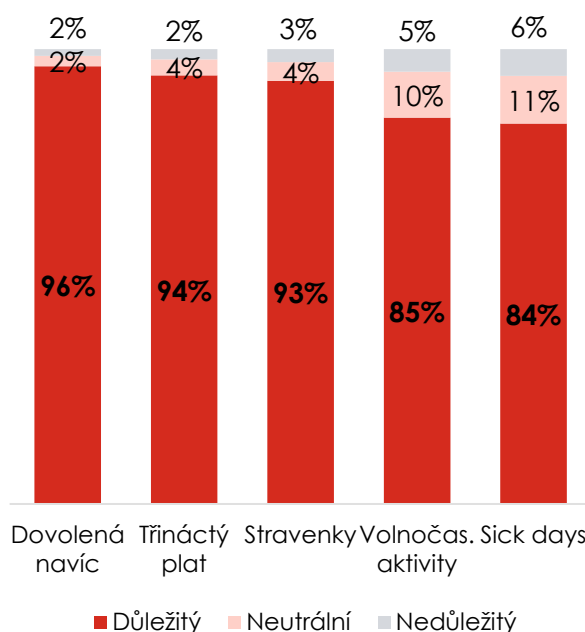
## Lákadlo na kvalifikované zaměstnance

Příspěvky na volnočasové aktivity se v posledních letech proměnily z okrajové záležitosti na jeden z nejžádanějších benefitů. Jako důležité je označilo 85 % zaměstnanců, což je řadí na čtvrtou příčku v pomyslném žebříčku popularity za dovolenou navíc (96 %), třináctým platem (94 %) a příspěvkem na stravování (93 %). Za samozřejmost volnočasové benefity považuje téměř polovina (47 %) zaměstnanců. Jako zbytečné je naopak označila pouze 4 % dotázaných.

„Při současné nízké nezaměstnanosti musí personalisté často bojovat o každého zaměstnance. Nedostatek kvalifikované pracovní síly firmy tlačí k rozšiřování nabídky benefitů, které jim pomáhají rovněž udržet si stávající zaměstnance. V pracovních nabídkách firem díky tomu přibývají benefity, o kterých by se zaměstnancům ještě před několika málo lety ani nesnilo,“ komentuje současný stav **Gabriela Šimšová**. „To je ovšem jen jedna z příčin rozmachu benefitů. Zaměstnavatelé si například mnohem častěji uvědomují, že spokojení a angažovaní zaměstnanci jsou klíčem k vytvoření silné firemní kultury. Zavedení či zdokonalení nabídky zaměstnaneckých výhod tak mohou vnímat i jako investici, která se jim vrátí ve formě vyšší produktivity,“ dodává.

Její slova potvrzuje i průzkum. Hned 61 % respondentů v něm uvedlo, že je příspěvky na volnočasové aktivity motivují k větší investici do vlastní duševní a fyzické pohody. Kromě podpory wellbeingu pomáhají zaměstnancům zajistit si finanční stabilitu. „Až třem z pěti zaměstnanců umožňují benefity věnovat se jinak nedostupným aktivitám. Myslím, že se s tím občas setká každý. Něco nás láká, ale výdaj si nedokážeme v rámci domácího rozpočtu plně obhájit. Díky těmto benefitům si mohou zaměstnanci užít zážitky nebo pracovat na svém osobním rozvoji bez nutnosti strachovat se o finance,“ vysvětluje **Gabriela Šimšová**.

Nejdůležitější benefity podle zaměstnanců



## 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 Benefit Café.

**Edenred** je přední digitální platforma pro služby a platby – a také každodenní společník pracujících, spojující přes 60 milionů uživatelů a 2 miliony partnerských provozoven ve 45 zemích prostřednictvím přibližně 1 milionu 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.

12 000 zaměstnanců společnosti Edenred usiluje o to, aby se 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 platforem a karet.

*Edenred je zapsán na burze cenných papírů Euronext v Paříži a je součástí indexů CAC 40, CAC 40 ESG, CAC Next 20, CAC Large 60, Euronext 100, Euronext Tech Leaders, FTSE4Good a MSCI Europe.*

*Značky a loga uvedené a použité v této tiskové zprávě jsou ochrannými známkami registrovanými společností EDENRED S.E., jejími dceřnými společnostmi nebo třetími stranami. Bez písemného souhlasu jejich vlastníka je nelze použít ke komerčním účelům.*

---

## KONTAKT PRO MÉDIA

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