

Stravenky dál kralují benefitům. Zaměstnanci chtějí výhody, které jim pomáhají každý den

Příspěvek na stravování zůstává nejsilnějším zaměstnaneckým benefitem v Česku. Mezi tři nejdůležitější benefity ho řadí 8 z 10 zaměstnanců a téměř polovina ho považuje za benefit s největší hodnotou v době rostoucích životních nákladů. Pro více než třetinu respondentů by jeho absence mohla být důvodem k odmítnutí pracovní nabídky. Ukazuje to průzkum společnosti Edenred mezi 3 731 zaměstnanci. Vedle finanční úlevy lidé stále výrazněji oceňují také volno navíc, sick days, home office a pružnou pracovní dobu.

„Výsledky ukazují, že zaměstnanci dnes benefity neposuzují podle toho, kolik jich firma nabízí, ale podle toho, jestli jim skutečně pomáhají v každodenním životě. Zaměstnavatelé by se proto měli méně soustředit na množství benefitů a více na jejich skutečnou hodnotu. Důležitá je také možnost volby. Pro téměř devět z deseti zaměstnanců je flexibilita při využívání benefitů klíčová,“ říká Aneta Martišková, výkonná ředitelka společnosti Edenred.

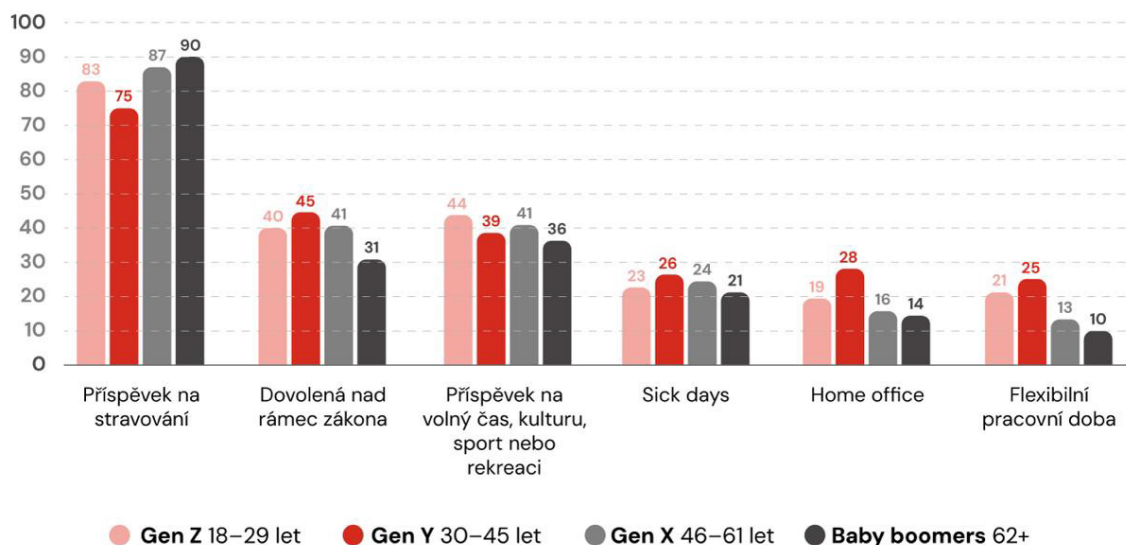
Dlouhodobým favoritem mezi zaměstnaneckými benefity zůstává příspěvek na stravování, který zařadilo mezi tři nejdůležitější benefity 83 % zaměstnanců. V době rostoucích životních nákladů ho téměř polovina (47,9 %) zaměstnanců označila za nepostradatelný benefit a pro více než třetinu (37,6 %) by jeho absence byla důvodem k odmítnutí pracovní nabídky. Přibližně každý třetí zaměstnanec by zároveň uvítal, kdyby byl poskytován příspěvek vyšší. S výrazným odstupem následují dovolená nad minimální rámec stanovený zákonem (41,2 %) a příspěvek na volný čas, kulturu, sport nebo rekreaci (39,9 %).

Vedle příspěvku na stravování zaměstnanci nejvíce oceňují vlastní čas

Zaměstnanci mají v oblibě vedle stravenek také benefity, které jim umožňují lépe skloubit práci s osobním životem. Do popředí se tak dostává zejména využití sick days, práce z domova či pružná pracovní doba.

Pohled na flexibilitu se však liší podle věku i charakteru práce. Generace Z a mileniálové (generace Y) kladou větší důraz na možnost volby a flexibilní uspořádání práce. U generace X a baby boomers nabývají na významu především stabilita, jistota a benefity s jasným a bezprostředním přínosem. Příspěvek na stravování však zůstává společným základem, na kterém se shodují zaměstnanci napříč všemi věkovými kategoriemi. Meziroční srovnání potvrzuje, že si tuto silnou pozici drží dlouhodobě. Už v loňském průzkumu ho za důležitý považovalo přibližně devět z deseti zaměstnanců bez ohledu na věk.

TOP 6 nejoblíbenějších benefitů podle věku (v %)



Zaměstnanci nechtějí další workshop, ale možnost skutečně vypnout

„Podpora duševního zdraví a psychické pohody by neměla být jen další položkou na seznamu benefitů. Zaměstnanci nejvíce oceňují konkrétní pomoc, která jim umožní skutečně odpočívat a předcházet možnému přetížení. Zvláště u mladších generací vidíme větší otevřenost vůči psychologickému poradenství, napříč věkovými skupinami je ale nejdůležitější dostatek času na regeneraci,“ vysvětluje Klára Krumphanslová, HR manažerka ve společnosti Edenred.

Už v loňském roce si více než polovina zaměstnanců přála, aby se jejich zaměstnavatel více zaměřil na podporu duševního zdraví. Letošní výsledky nyní konkrétněji ukazují, že lidé očekávají především praktickou pomoc a dostatek času na odpočinek. S ohledem na duševní zdraví je největší zájem o dny volna určené na psychickou regeneraci (35,3 %). Zaměstnanci by dále ocenili programy zaměřené na prevenci stresu a vyhoření (16,5 %), či příspěvek na psychoterapii nebo psychologické poradenství (12,5 %). Přibližně desetina zaměstnanců by pomohl univerzální příspěvek určený na duševní pohodu, který by bylo možné využít podle vlastních potřeb, nebo lepší nastavení pracovní zátěže a prevence přetížení.

O průzkumu

Průzkum „Zaměstnanecké benefity a jejich oblíbenost“ realizovala společnost Edenred prostřednictvím online dotazování v období od 16. června do 3. července 2026. Dotazník dokončilo 3 731 zaměstnanců z celé České republiky. Respondenti pocházeli ze všech krajů a pracovali v soukromém, veřejném i neziskovém sektoru. Průzkum sledoval nejen současnou nabídku a oblíbenost zaměstnaneckých benefitů, ale také jejich skutečné využívání, význam při výběru zaměstnavatele a rozdíly v preferencích jednotlivých věkových skupin. U otázek s možnostmi více odpovědí se součet podílů může lišit od 100 %.

O společnosti Edenred CZ

Edenred je globálním lídrem v oblasti benefitů, engagementu a mobility.

Platforma Edenred propojuje více než 1 milion firemních klientů ve 44 zemích a umožňuje více než 60 milionům uživatelů využívat služby a produkty více než 2 milionů partnerských provozoven.

Edenred nabízí digitální řešení určená zaměstnancům (stravenky, příspěvky na dojíždění, dárkové karty, wellness, odměny či zvýhodněné nabídky), správcům vozových parků (multienergetická řešení včetně nabíjení elektromobilů, údržby, služeb vracení DPH, mytného a parkovného) a společnostem v oblasti firemních plateb (virtuální karty).

V souladu se záměrem skupiny „Enrich connections. For good.“ tato řešení zlepšují pohodu a kupní sílu zaměstnanců a zjednodušují život profesionálním řidičům. Podporují přístup ke zdravější stravě, produktům šetrnějším k životnímu prostředí a udržitelnější mobilitě. Zároveň zvyšují atraktivitu, efektivitu firem a oživují trh práce i místní ekonomiky.

12 000 zaměstnanců společnosti Edenred usiluje o to, aby se svět práce stal propojeným ekosystémem, který je každým dnem bezpečnější, efektivnější a zodpovědnější.

V roce 2025 skupina díky své unikátní technologické platformě dosáhla obchodního objemu 49 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, Euronext Tech Leaders, FTSE4Good, DJBIC Europe Index a DJBIC World Index.

Loga a další ochranné známky uvedené a použité v této tiskové zprávě jsou registrovanými ochrannými známkami společnosti Edenred S.E., jejích dceřiných společností nebo třetích stran. Bez předchozího písemného souhlasu jejich vlastníků je nelze použít ke komerčním účelům.

KONTAKT PRO MÉDIA

Kristýna Jirásková
+420 601 277 179
kristyna.jiraskova@heroandoutlaw.com