

Trendy v benefitech 2024





Sodexo Benefits jsou nyní Pluxee

Cílem Pluxee je být celosvětově **první volbou** pro:

- Firmy a instituce
- Akceptační partnery
- Spotřebitele/zaměstnance



kterí hledají **nejlepšího partnera**
pro zaměstnanecké benefity a angažovanost



Leden 2024

Rebranding na Pluxee

Únor 2024

Samostatný vstup na pařížskou burzu



Trendy v benefitech 2024: Každá generace čeká něco jiného



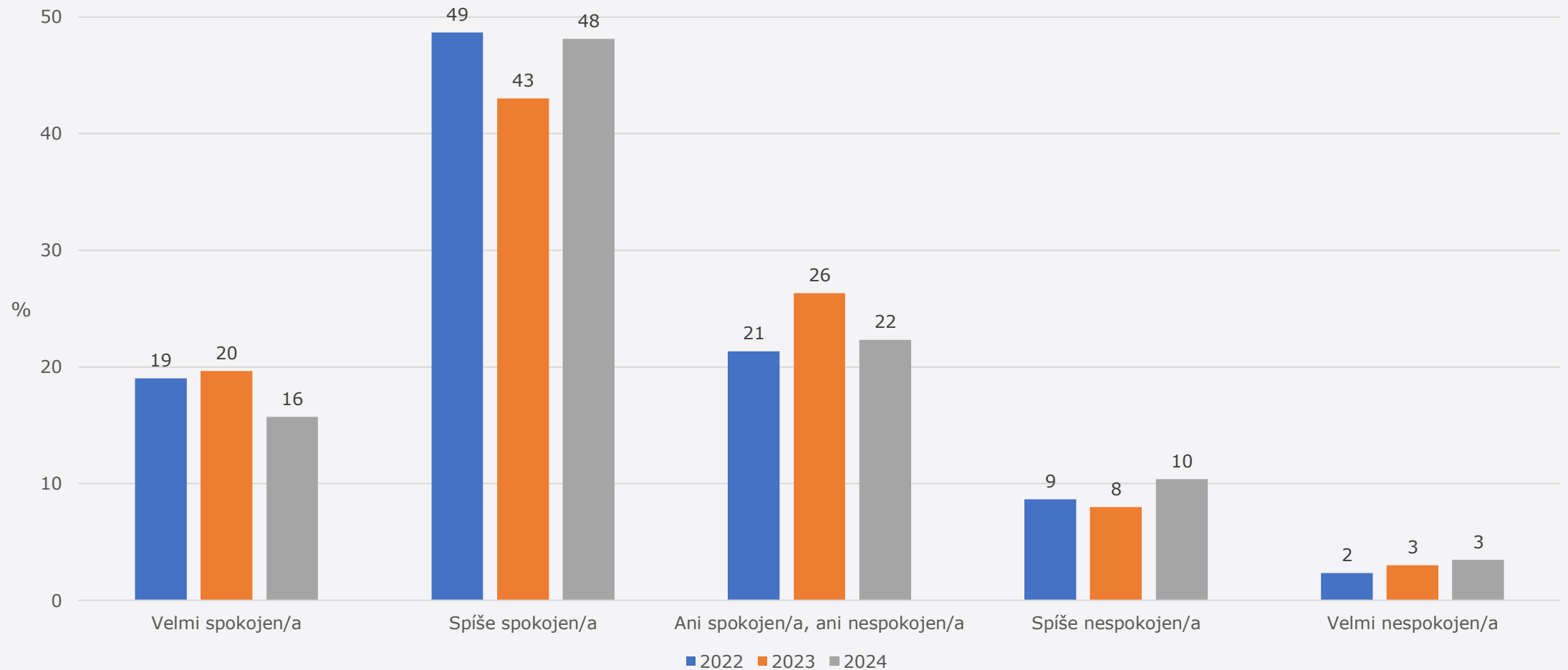
Průzkum realizovaný ve spolupráci
s globálním leaderem
v oblasti výzkumu trhu



Odpovídalo
300 zaměstnanců
a 200 zaměstnavatelů



64 % zaměstnanců je v práci spokojeno





27 % zaměstnanců uvažuje o změně zaměstnání

Nejčastější důvody pro uvažování o změně práce:

Chci vyšší plat	53 %
Špatné mezilidské vztahy s kolegy, vedoucím apod.	29 %
Chybějící uznání práce	26 %
Chci se kariérně posunout	24 %
Nevyhovující pracovní podmínky	21 %
Nekompetentní vedení	20 %
Nevyhovují mi benefity u současného zaměstnavatele	18 %
Špatná komunikace, nedostatečná transparentnost	16 %
Náplň práce mi nevyhovuje	13 %
Nejistota práce	11 %

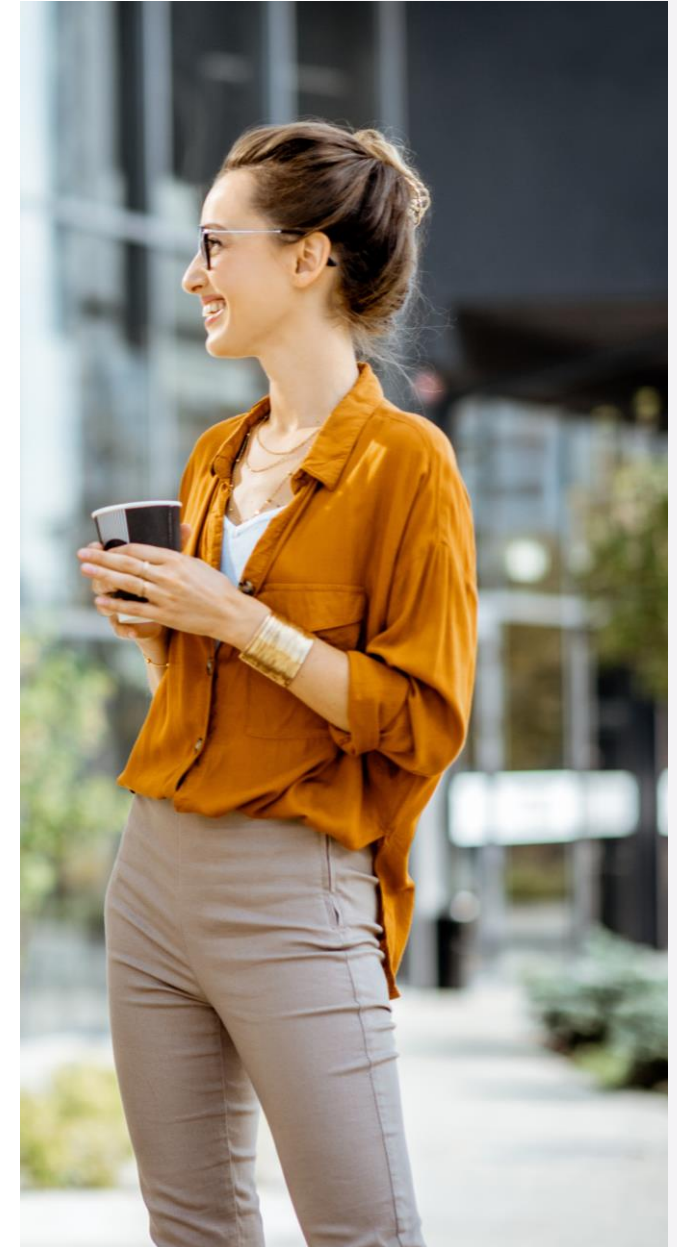
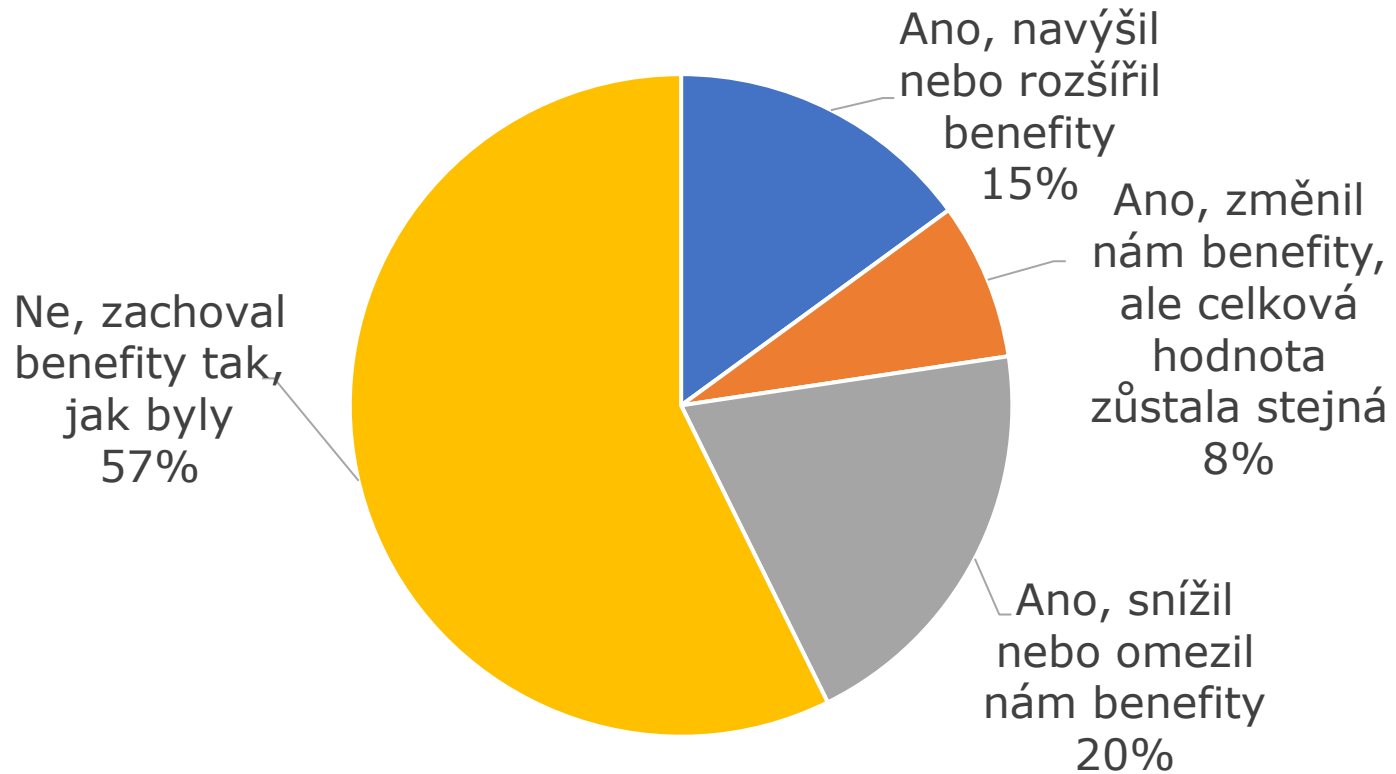




Benefity zasaženy daňovým balíčkem

Rozsah omezilo 10x více firem než v loňském roce

Změnil váš zaměstnavatel benefity pro rok 2024?





Jen 47 % zaměstnanců je spokojeno s benefity

Spokojenost s benefity
z pohledu zaměstnanců a zaměstnavatelů

Zaměstnanci

Zaměstnavatelé



47 %

75 %



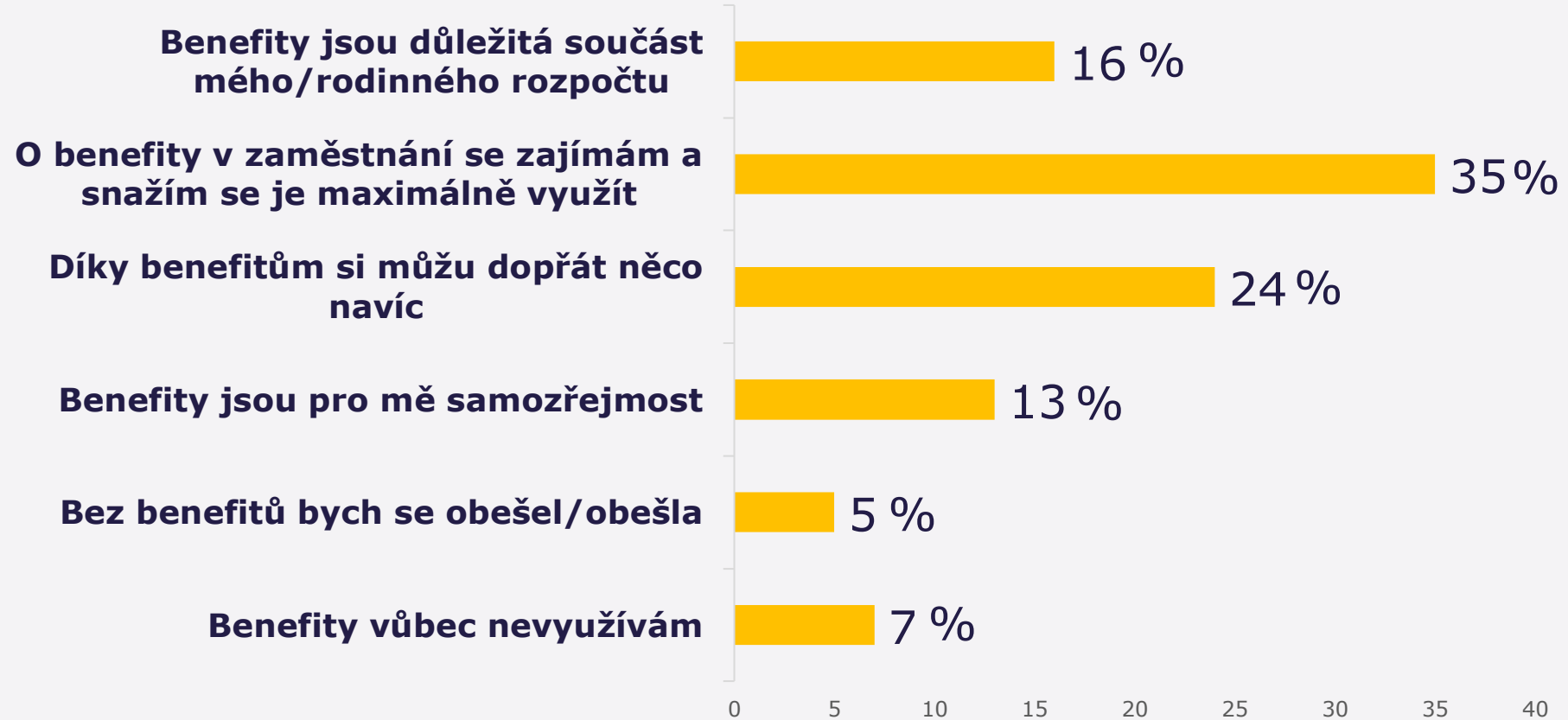
28 %

6 %



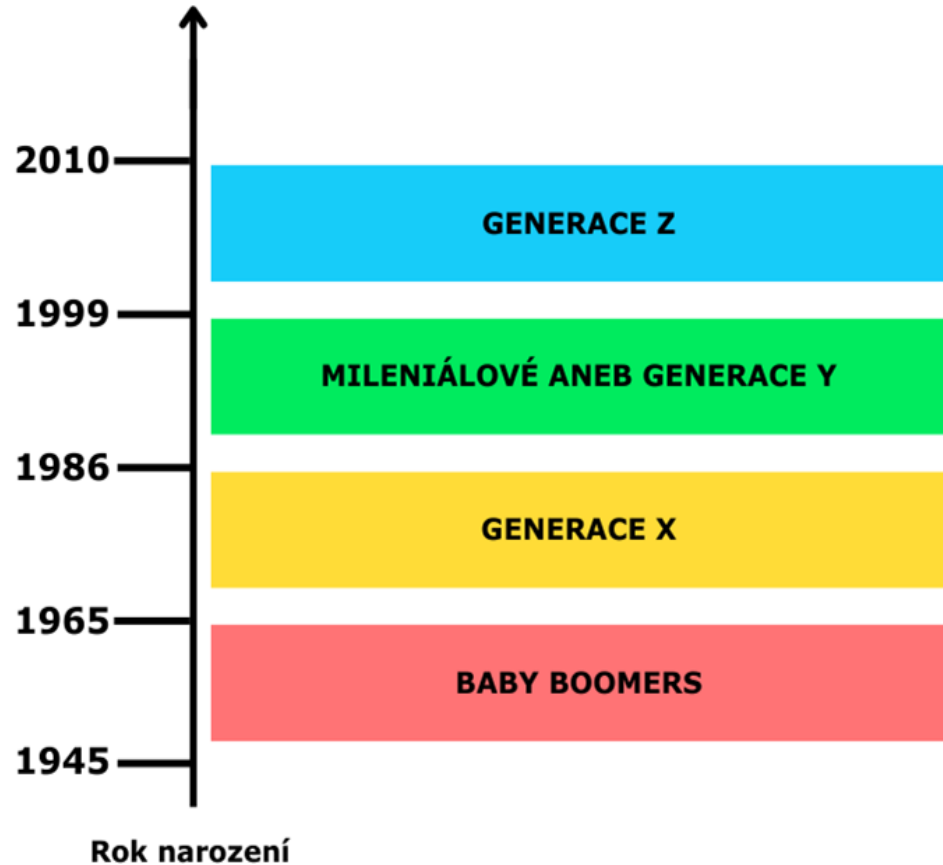


Pro 88 % zaměstnanců jsou benefity důležité





4 generace na trhu práce



Generace Z (2000–2010) Aktuálně vstupující na trh práce. Tato generace bývá označována také jako internetová.

Mileniálové aneb generace Y (1986–1999) Mají už jiné preference než předchozí generace. Dávají větší důraz na osobní život, chtějí mít větší volnost. Chtějí mít proto více volna, pro více peněz nejsou často ochotni pracovat přesčas.

Generace X (1965–1986) Zažila toho opravdu hodně – poznali konec studené války a socialismus, ale také porevoluční divoké devadesátky a postupnou další proměnu naší společnosti. Tato generace si zakládá na rodině. Většina chce mít svůj dům či byt, touží po finančním zabezpečení, nebojí se proto práce a obvykle jim nevádí ani pracovat přesčas.

Baby boomers (1945–1965) Generace současných důchodců a lidí v předdůchodovém věku, kteří zažili období normalizace, ale také rozkvět Hippies. Generace, která by se „rozdala pro rodinu“. Byli/jsou zvyklí hodně pracovat, aby byla rodina zajištěna.



Různé generace na trhu práce a benefity



Průzkum ukázal v mnoha oblastech generační rozdíly – ať už jde o prioritizaci práce, volný čas, finanční ohodnocení a benefity.

Každá generace si zakládá na něčem jiném.



Firmám již **nestačí jeden univerzální balíček benefitů.**



Zaměstnavatelé s tím musí počítat a **přizpůsobit tomu své strategie.**



V aktuální nízké nezaměstnanosti může hrát dobře nastavený firemní **benefitní mix** **klíčovou roli pro získání uchazečů o práci** a udržení stávajících zaměstnanců.

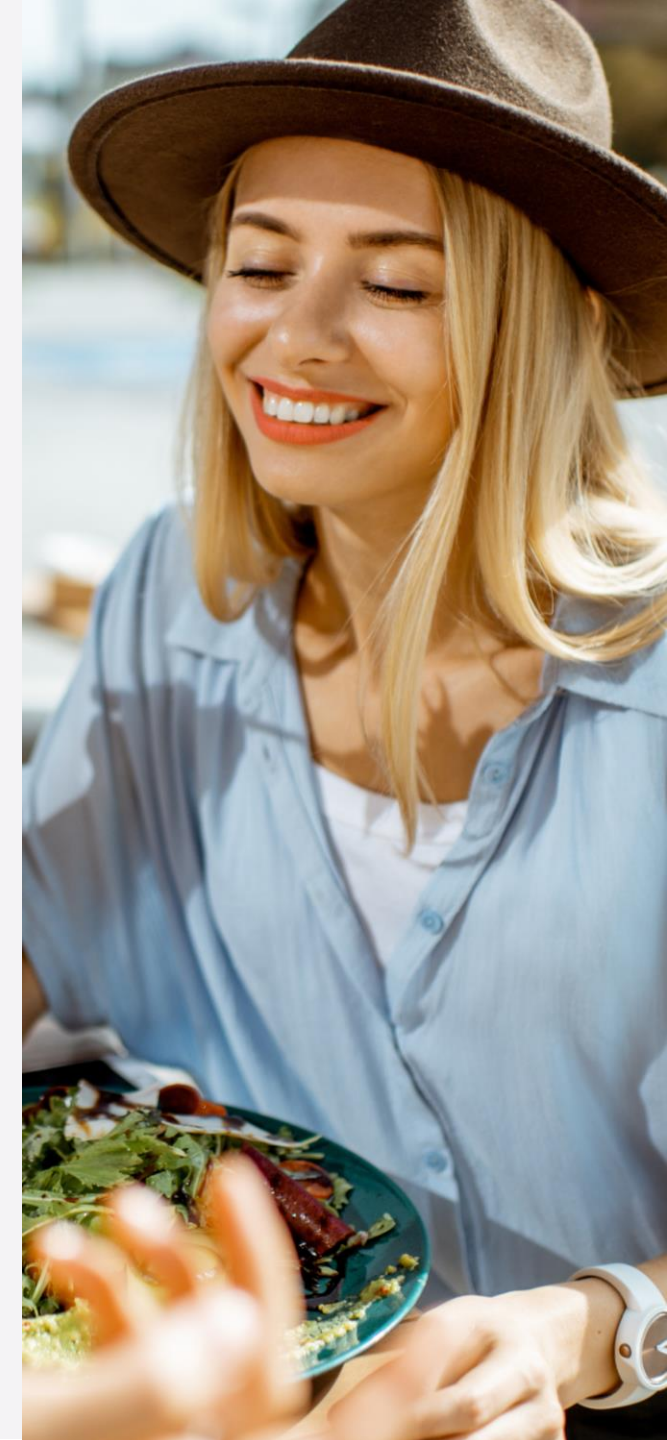


Zaměstnavatelé musí pochopit **dobře nastavený firemní benefitní mix jako konkurenční výhodu** na trhu práce.



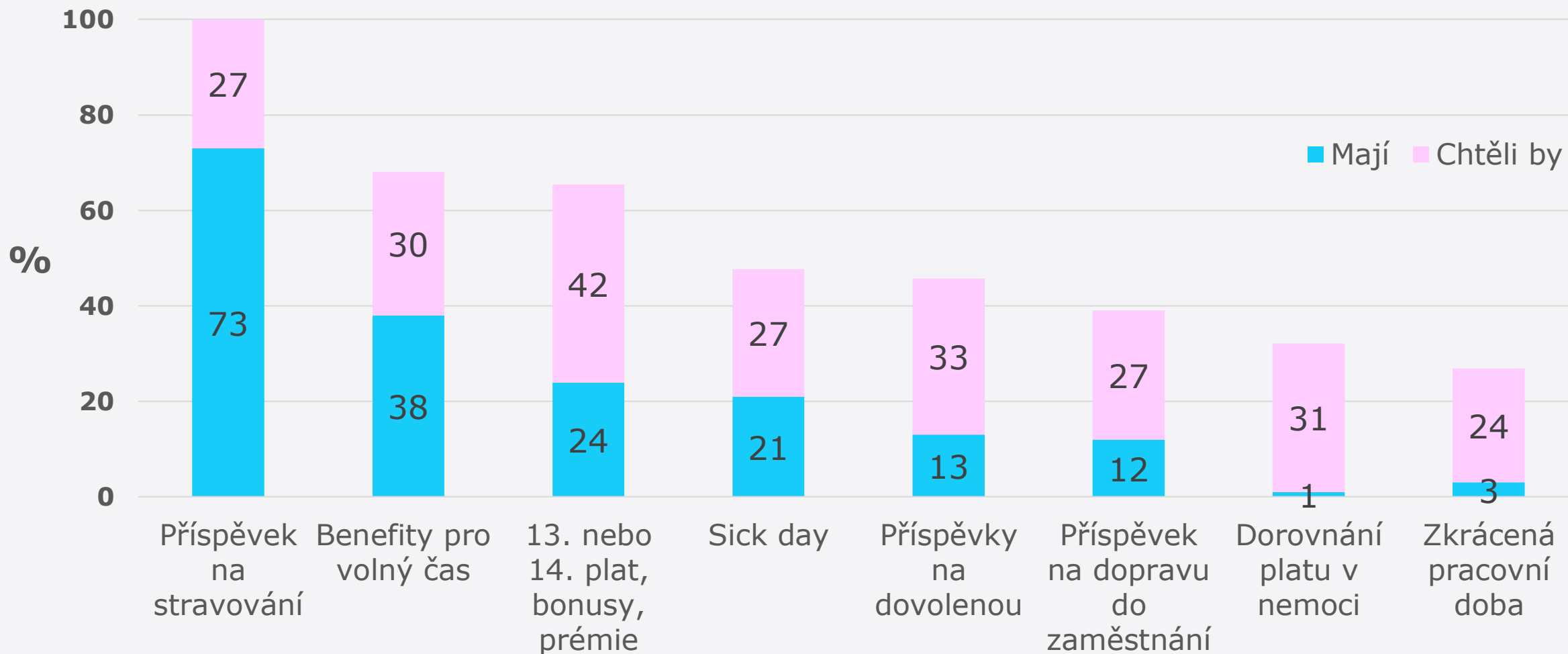
Benefity, které zaměstnanci mají

1	Příspěvek na stravování (kantýna, stravenka, paušál)	73 %
2	Benefity pro volný čas (karty, poukázky, Cafeteria, apod.)	38 %
3	Příspěvky na finanční produkty (životní pojištění, hypotéku, penzijní spoření)	31 %
4	Občerstvení/nápoje na pracovišti zdarma	30 %
5	13. nebo 14. plat, bonusy, prémie	24 %
6	Dovolená nad rámec zákona (dovolená navíc, neomezená dovolená)	23 %
7	Pružná pracovní doba	21 %
8	Pracovní notebook, telefon, tablet i k soukromému využití	21 %
9	Volno v případě krátké nemoci (tzv. sick day)	21 %
10	Vzdělávací kurzy a rekvalifikace (např. jazykové, odborné)	20 %
11	Možnost práce z domova (tzv. home office)	20 %





Benefity, které zaměstnanci mají a které by chtěli





73 % zaměstnanců dostává podporu stravování

Podpora stravování = základ benefitního balíčku pro všechny generace



Výhody v příspěvku na stravování, které uvádějí zaměstnanci:

- Mohou si dopřát kvalitnější a zdravější potraviny.
- Vnímají to jako přilepšení do rodinného rozpočtu.
- Mohou si dopřát častěji oběd v restauraci.



Výhody v příspěvku na stravování, které uvádějí zaměstnavatelé:

- Zaměstnanci silně vnímán jako benefit.
- Podpora kvalitnějšího a zdravějšího stravování zaměstnanců.
- Lepší odlišení na trhu práce.

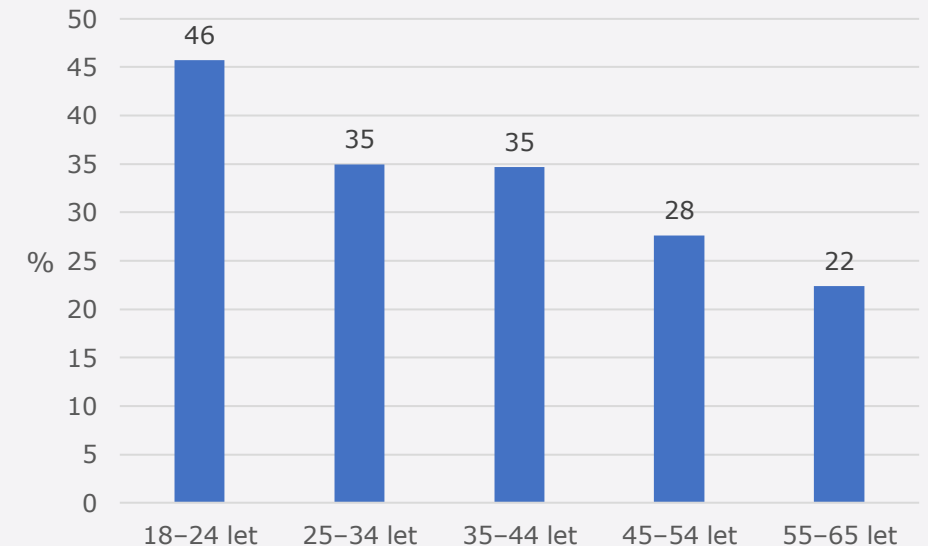


Mladí vítají podporu volného času

Benefity pro volný čas

- Má k dispozici 38 % zaměstnanců.
- **Třetina** (30 %) zaměstnanců, která je teď nemá, by je chtěla.
- **Markantní generační rozdíly** v požadavcích na tento benefit.

Benefity pro volný čas nemám a chci



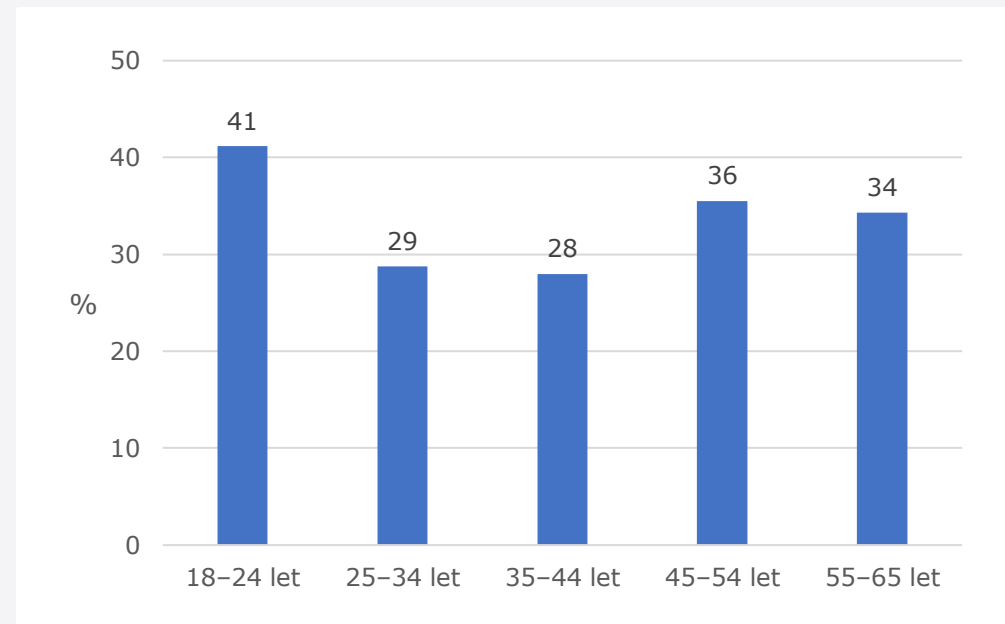
X Mladí chtějí cestovat

Příspěvky na dovolenou

- 13 % zaměstnanců má příspěvek na dovolenou.
- Přilepšit si na dovolenou by uvítalo 33 % zaměstnanců.
- Nejvíce by tento benefit ocenila generace Z.
- Dále je pak narůstající trend v požadavcích na tento benefit vidět u starších ročníků (45 +).



Příspěvek na dovolenou nemám a chci





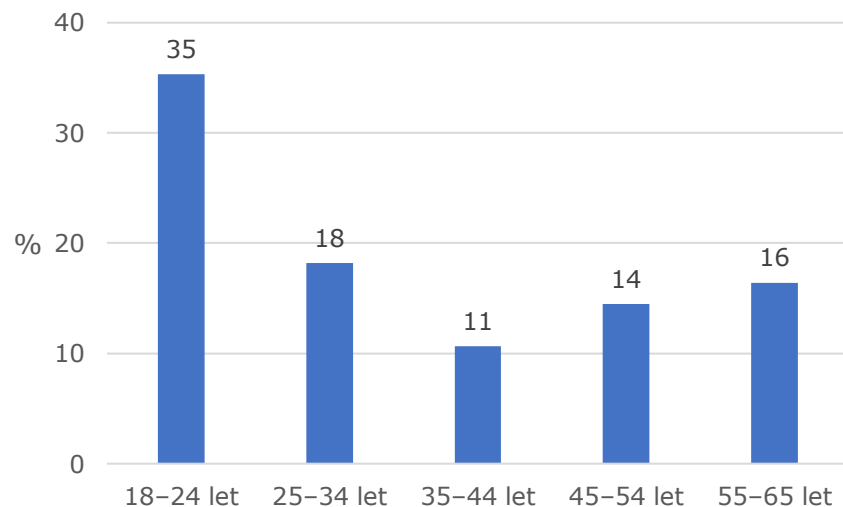
Větší volnost v práci

Práce z domova

- **20 % ze všech zaměstnanců** uvádí, že mohou pracovat z domova (přibližně 35 % z těch, kterým to povaha práce umožňuje).
- HO využívá **17 % zaměstnanců**.

- 2022: 28 % ze všech zaměstnanců mohlo pracovat z domova (49 % z těch, kterým to povaha práce umožňovala).

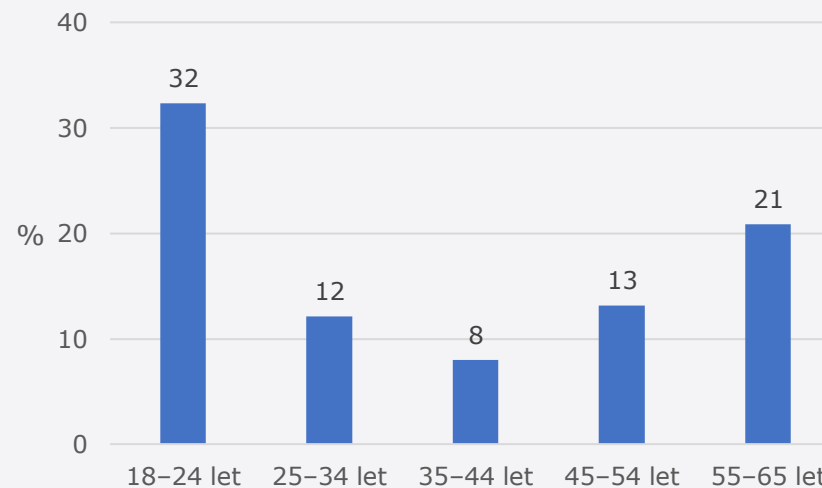
Využití práce z domova v posledním roce dle věku



Flexibilní pracovní doba

- Pružnou pracovní dobu má v nabídce benefitů **21 %** zaměstnanců a využívá ji přes **15 %** zaměstnanců.

Využití pružné pracovní doby v posledním roce dle věku



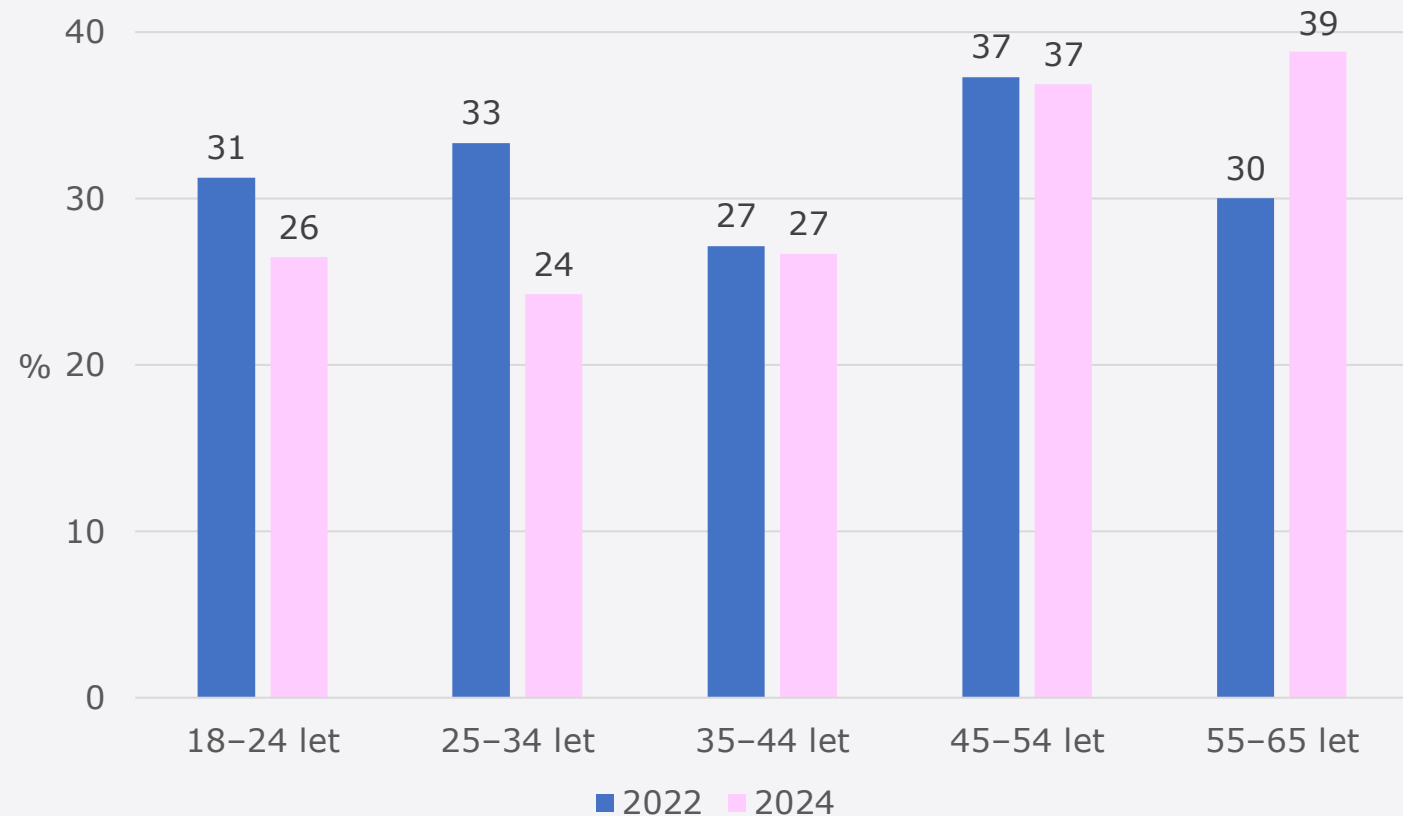
X Starší generace myslí více na zdraví



Dorovnání platu v nemoci

- 3. příčka z pohledu žádanosti, ale dostává ho jen **1 % zaměstnanců**.
- Lze vidět generační rozdíly => zaměstnanci ve věku 45+ by tento benefit uvítali výrazně více než mladší ročníky.

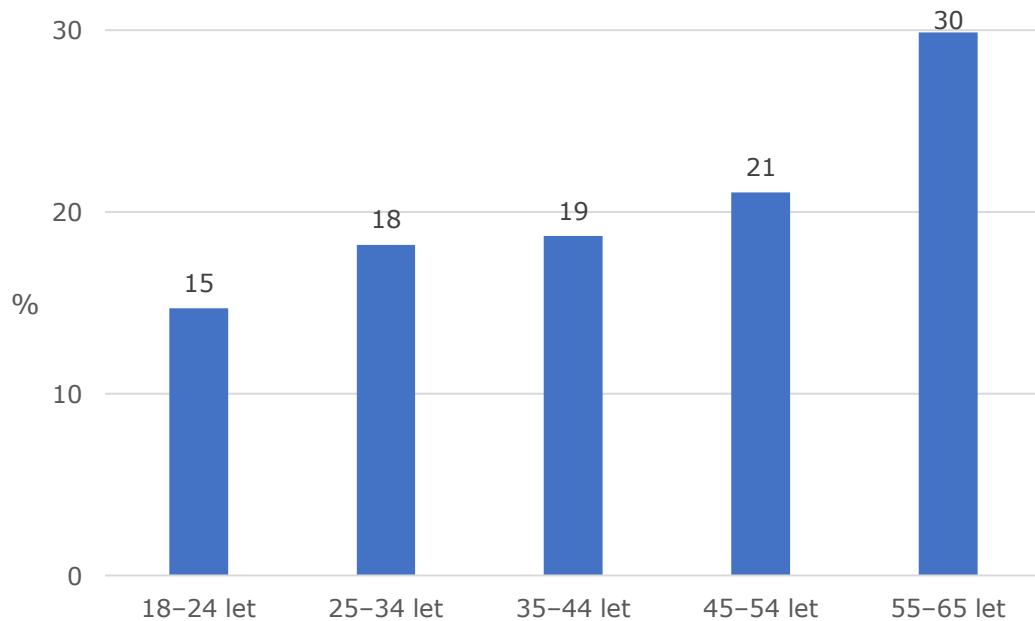
Dorovnání platu v nemoci nemám a chci



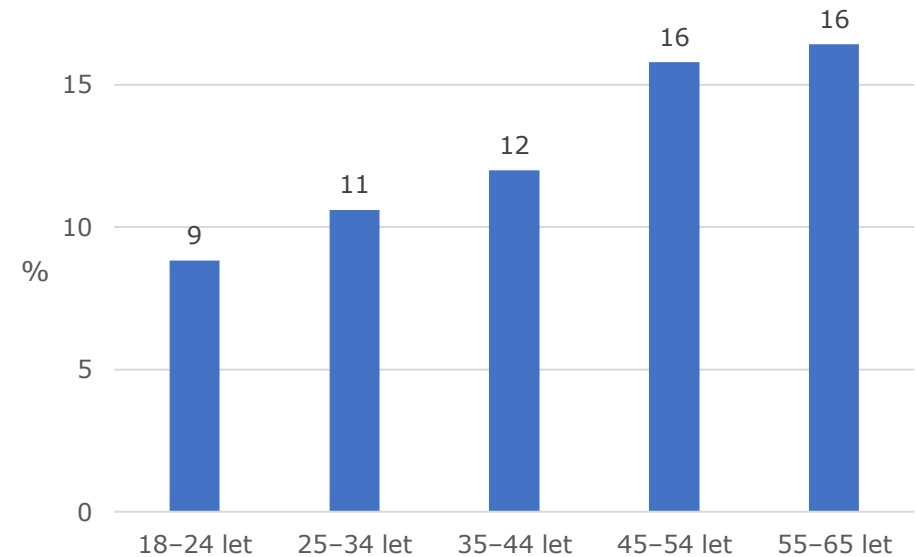
Příspěvky na finanční produkty preferují starší ročníky

- **31 % zaměstnanců** má od svých zaměstnavatelů k dispozici příspěvky na finanční produkty (penzijní spoření, hypotéka, životní pojištění) – v minulém roce to bylo 26 %.
- 21 % zaměstnanců uvádí, že tento benefit využilo v posledním roce (**68 % z těch, co ho mají k dispozici**).
- DIP změni situaci – zvýšená atraktivita i pro mladší ročníky.

Využití finančních produktů v posledním roce dle věku



Nemám k dispozici tento benefit, ale chtěl/a bych ho





Další střípky z výzkumu

Zkrácené úvazky

- **16 % zaměstnanců** má ve firmě k dispozici zkrácené úvazky, **5 %** uvádí, že je využívá.
- Velká příležitost pro firmy, jak **udržet starší ročníky v práci** a **zlepšit návrat rodičů** po rodičovské dovolené.

Péče o duševní zdraví

Zaměstnanci – benefit s nejmenší konverzí (nabídka a využití).

Zaměstnavatelé – naopak zvažují posílení této oblasti, což je trendem ve větších firmách, které dávají důraz na podporu zdravého životního stylu.

Finance navíc (13. a 14. platy, bonusy, prémie)

- Tyto benefity má 24 % zaměstnanců (2022: 33 %).
- Pokud je zaměstnanci nemají, tak by si je přáli (42 %).
- Nejvíce si na vyšším finančním ohodnocení zakládají nejmladší zaměstnanci. S přibývajícím věkem důraz na tento benefit o něco klesá.





Shrnutí

- Spokojenost zaměstnanců v zaměstnání zůstává stabilní, ale **téměř 1/3 uvažuje o změně.**

Benefity

- **20 %** firem **objem benefitů snížilo.** Poprvé za několik let, tak došlo spíše k poklesu než k nárůstu benefitů. Důvodem jsou hlavně administrativními dopady daňového balíčku.
- Pro **88 %** zaměstnanců jsou benefity důležité.
- **Firmy výrazně přeceňují spokojenost** svých zaměstnanců s benefity.

Generace

- Stravování je benefit, který dostávají nebo **chtějí všichni.**
- Nejvíce zaměstnancům chybí **příspěvky na dovolenou a benefity pro volný čas, peníze navíc.**
- Mladší generace oceňují hlavně flexibilitu, podporu v trávení volného času a peníze navíc.
- Starší ročníky více myslí na **zdraví a zabezpečení na stáří.**