

Zpomal, velí trend. Osvícení zaměstnavatelé mu jdou naproti

17.3.2023 - Marie Urubková | CE-PA, spol. s.r.o.

Společný oběd je podle Anety Martiškové ze společnosti Edenred ten nejlevnější teambuilding. Jak si jej co nejvíc užít? Virtuální karta v mobilu může být řešením. Na poli firemních benefitů se chystá revoluce, zmiňuje ředitelka vnějších vztahů a udržitelnosti firmy, jejímž prostřednictvím využívá v Česku firemní benefity až 700 tisíc lidí. „Jednoznačným trendem je digitalizace. Papírové stravenky nahradily eko-karty se všemi benefity na jednom místě a do budoucna mluvíme o takzvané virtuální kartě v mobilu,“ říká Inovativní žena utvářející budoucnost podle označení Newstream.



„Jednoznačným trendem je digitalizace. Papírové stravenky nahradily eko-karty se všemi benefity na jednom místě a do budoucna mluvíme o takzvané virtuální kartě v mobilu,“ říká Inovativní žena utvářející budoucnost podle označení Newstream. Edenred se chce stát průkopníkem v době, kdy zdánlivě každý kvartál věští novou celosvětovou krizi.

Když rozbalím benefit list s nabídkou, po kterém z nich aktuálně sáhnou Češi nejčastěji?

Z volnočasových benefitů je pořád nejoblíbenější odvětví zdraví, konkrétně tedy lékárny. Už neplatí, že by tato oblast pro zaměstnance byla „pouze“ o sportu – v segmentu péče o zdraví existuje celá paleta možností, zahrnující mimo jiné duševní zdraví a wellbeing. Zajímavé přitom je, že tento trend se ani po návratu z pandemických let nezměnil a předpokládáme, že bude růst i nadále. Naopak návrat na výsluní si užívají především kina a cestovní kanceláře. Na dovolenou své benefity uplatní zhruba každý desátý uživatel. V porovnání s rokem 2021 skokově rostla třeba i útrata za koncerty. To nám ukazuje, že i navzdory krizi se lidé nadále nebojí utrácet za benefity v oblasti kultury a cestovního ruchu. Přispívá k tomu i skutečnost, že peníze ve formě benefitů se zaměstnanci neostýchají utrácet.

Jaká je realita? Kolik firem tyto benefity skutečně nabízí?

Rozhodně již neplatí, že by volnočasové benefity byly atraktivní pouze pro velké společnosti, jak tomu bylo v minulých dekadách. Malé a střední firmy tvoří co do počtu zhruba 70 % všech našich klientů. Tento segment se u nás navíc dlouhodobě rychle rozrůstá. Naším klientům totiž umíme nabídnout širokou škálu volnočasových benefitů i mimo Prahu – spolupracujeme s velkými poskytovateli s celorepublikovou působností, ale Edenred kartu přijímá i velké množství lokálních podniků s úzkým zaměřením. Zaměstnanci proto vždy mají jistotu velkého výběru možností, jak své benefity uplatnit, bez ohledu na lokalitu nebo velikost firmy, která jim je zprostředkovává.

Velké firmy jedou na vlně cafeterie. Kdy se tento trend dostane i na periferie?

Naše cafeterie pomáhá HR odborníkům časově, administrativně i finančně – usnadňuje proto práci napříč společnostmi všech velikostí. Již dávno tedy nejde jen o velké hráče. Stejně dobře se může platforma uplatnit i v regionech. Je proto také na nás, abychom měnili způsob přemýšlení o zaměstnaneckých benefitech – už dávno to totiž není něco nadstandardního. Zaměstnanci chtějí mít jistotu, že firma nebere jejich zdraví a duševní pohodu na lehkou váhu. Proto mluvíme o masivním nástupu „wellbeingu“, tedy péči zaměstnavatelů o spokojenost svých zaměstnanců. Tu sice nastartovala koronavirová pandemie, ale stala se samozřejmostí, kterou zaměstnanci při brouzdání pracovním trhem pečlivě zvažují. Kdybychom před rokem 2020 hledali zaměstnání, které umožňuje strávit přes 90 % pracovní doby z domova, šlo by o téměř nemyslitelný požadavek. Dnes je to zcela běžné. A já jsem přesvědčena, že o wellbeingu budeme za několik let mluvit úplně stejně.

Jaké preference mají mileniálové, jaké lidi před důchodem?

Možná vás překvapím, ale je to u mnohých benefitů napříč generacemi vyrovnané – třeba v oblasti péče o zdraví. I mladší generace totiž často hledají moderní způsoby péče o vlastní zdraví, například ve formě příspěvku na terapeuta či psychologa, ale i wellness nebo osobní koučink. V jiných oblastech však rozdíly najdeme – starší generace se například typicky liší tím, že benefity neutrácejí jen za sebe, ale i svou rodinu a blízké; třeba formou nákupu dovolené nebo školních pomůcek pro děti. Mladí lidé jsou v tomto individualističtější a mají vyšší nároky na kvalitu. Na druhou stranu jim ale není cizí svůj benefit „vrátit společnosti“ třeba jako příspěvek na charitu. S tím se pojí také větší důraz mladších generací na to, zda se firmy chovají vůči svému okolí udržitelně a do jaké míry se zapojují do veřejného dění.

V čem se Češi v trávení volného času liší od západních a východních zemí?

V Česku stále přemýšlíme o benefitech jako o formě motivace nebo odměny. Oproti tomu v západních zemích, především ve spojitosti s nástupem takzvané „generace Z“, je to neodmyslitelná součást pracovního poměru. Vidíme ji třeba jako součást fenoménu „slow up“, který můžeme do češtiny přeložit jako „zpomal“. Striktně strukturovaný charakter práce a hon za produktivitou příznivci tohoto přesvědčení nahrazují snahou vyvážit osobní a pracovní život. Paradoxně jsou pak mnohem výkonnějšími zaměstnanci. Třeba díky investici do prevence jsou méně nemocní, a tedy i méně často v pracovní neschopnosti. Tím, že se soustředí na duševní pohodu zase předcházejí syndromu vyhoření. Uvědomělí zaměstnavatelé tomu jdou naproti – a vklad do „zpomaleného“ režimu se jim vrací v podobě vyšší efektivity práce.

Fenoménem budoucnosti je virtuální karta v mobilu. V čem vidíte výhody?

Virtuální karta je pro nás prioritou a představuje jeden z hlavních pilířů, na kterých stojí naše dlouhodobé úsilí o digitalizaci v odvětví zaměstnaneckých benefitů. Podobnou revoluci jsme již zažili při přechodu ze starých papírových stravenek na benefitní karty. Jejich nová virtuální podoba má přitom potenciál přinést přinejmenším stejně zásadní výhody. Patří mezi ně předně propojenost napříč platformami, pohotovost a jednoduchost, o které si dnešní doba říká. Oproti fyzickým kartám jsou rovněž mnohem lépe zabezpečeny proti ztrátě a zneužití. Pochopitelně jsou také udržitelnější tedy šetrné k životnímu prostředí. V Edenred máme ambici být v mnoha směrech průkopníkem. Zjednodušeně řečeno doba papírových stravenek je již pryč. Dnes mluvíme o všech benefitech na jedné kartě a v blízké době o všech benefitech v mobilu.

Edenred a konference Fenomén. Proč je pro vás tato spolupráce výhodná?

Konferenci vnímáme jako unikátní způsob, jak sdílet naše know-how především v oblasti benefitů a digitalizace. V českém kontextu chceme být průkopníky v edukaci firem i zaměstnanců o tom, jak z nástupu digitálního věku vytěžit co nejvíce, a přitom nezapomínat na sebe, a to navzdory současnému nestálému podnebí, kdy zdánlivě každý kvartál věští novou celosvětovou krizi.

Aneta Martišková je HR Osobností roku 2019 a patří mezi Významné ženy českého práva 2017. Ve společnosti Edenred Česká republika zastává funkci ředitelky vnějších vztahů a udržitelnosti poslední rok a půl. V minulosti působila ve vrcholových pozicích v rámci managementu lidských zdrojů, vnějších vztahů a práva. Tyto oblasti zastřešovala během své téměř desetileté praxe pro zaměstnavatele v odvětví FMCG a komoditních trhů, finančních služeb i energetiky.