

Poptávka po digitálních benefitech roste. Na změnu tlačí především „generace Z“.

2.10.2025 - | Edenred CZ

Podle dat společnosti Edenred skuteční zaměstnanci v elektronické podobě až 88 % všech benefitních transakcí. Telemedicína, vzdělávání nebo online fitness kurzy - poptávka po zaměstnaneckých benefitech v digitální podobě rychle stoupá. Mění se preference potvrzují i sami prodejci. Roste zájem například o e-knihy nebo online kurzy. Digitální benefity oslovují především nejmladší generace zaměstnanců. Firmy proto hledají způsoby, jak benefitní řešení modernizovat. Obecně nejoblíbenějšími kategoriemi benefitů mezi zaměstnanci zůstávají zdraví (35 %), kultura (16 %) a vzdělávání (14 %).

Digitalizace platí za jeden z nejdůležitějších trendů současnosti. To platí i pro oblast zaměstnaneckých benefitů. Podle dat společnosti Edenred, které mapují útratu zaměstnanců, využilo celkově 88 % z nich poskytované služby právě v digitální formě. Konkrétně při platbě ve stravování využilo od začátku roku 2025 digitální kartu Edenred namísto fyzické stravenky více než 82 % uživatelů. V případě volnočasových benefitů bylo provedeno pomocí digitalizovaných benefitů téměř 92 % transakcí.

„Rychlý nástup digitalizace je bezpochyby jednou z největších výzev, na které zodpovědné firmy v současnosti hledají odpověď. Zaměstnanci dnes totiž preferují řešení, která jim umožňují velkou míru personalizace a flexibility – a právě v takových oblastech umí digitální nástroje nabídnout silně intuitivní řešení, širokou nabídku služeb i větší přehled o vlastních financích. To vše je uživateli k dispozici kdykoliv a odkudkoliv na pár kliknutí. Správa benefitů se tak z pohledu zaměstnanců stává příjemnou záležitostí namísto nutného papírování,“ říká ředitelka vnějších vztahů společnosti Edenred Aneta Martišková s tím, že digitalizace výrazně přispívá také k větší transparentnosti.

Jak to vidí zaměstnanci?

Dle dat společnosti Edenred využívají zaměstnanci volnočasové benefity zejména při transakcích v oblasti zdraví (35 %), kultury (16 %) a vzdělávání (14 %). Z toho v rámci kulturního sektoru proběhlo pomocí digitálních benefitních karet více než 66 % transakcí, celkem 70 % ve sféře vzdělávací a 68 % v oblasti sportu a fitness. V odvětví kultury, sportu i relaxu je navíc objem útraty zaměstnaneckých benefitů v digitální podobě dvojnásobný v porovnání s klasickými „papírovými“ vouchery.

„V průzkumech se nám opakovaně potvrzuje, že zájem o digitální benefity stoupá především mezi zástupci nejmladší generace na pracovním trhu, tzv. „generace Z“. Právě pro ně je kromě větší flexibility důležité třeba i hledisko dopadů na životní prostředí a společnost. Zpřístupnění a podpora digitálních benefitů by tedy v jejich očích mohlo stávající nabídku výrazně zatraktivnit,“ dodává k tomu Aneta Martišková a připomíná, že příslušníci „generace Z“ již dnes tvoří zhruba 20 % populace[1].

Poptávku po digitálních benefitech potvrzují i sami prodejci, a to zejména v oblasti vzdělávání. *„Například v oblasti učebnic pozorujeme dlouhodobý trend – klasické tištěné učebnice se stále častěji distribuují napřímo mezi školami a nakladateli, a jejich prodeje v knihkupectvích mírně klesají. Naopak výrazně roste zájem o elektronické učebnice a digitální obsah, což ukazuje, jak se doba mění,“* informuje Adam Pýcha, e-commerce ředitel Knihy Dobrovský.

[1] Průzkum společnosti ManpowerGroup:

<https://www.manpowergroup.cz/generace-z-urcuje-nove-trendy/>

<https://www.edenred.cz/tiskove-zpravy/poptavka-po-digitalnich-benefitech-roste-na-zmenu-tlaci-pred-evsim-generace-z>