

Tisková zpráva

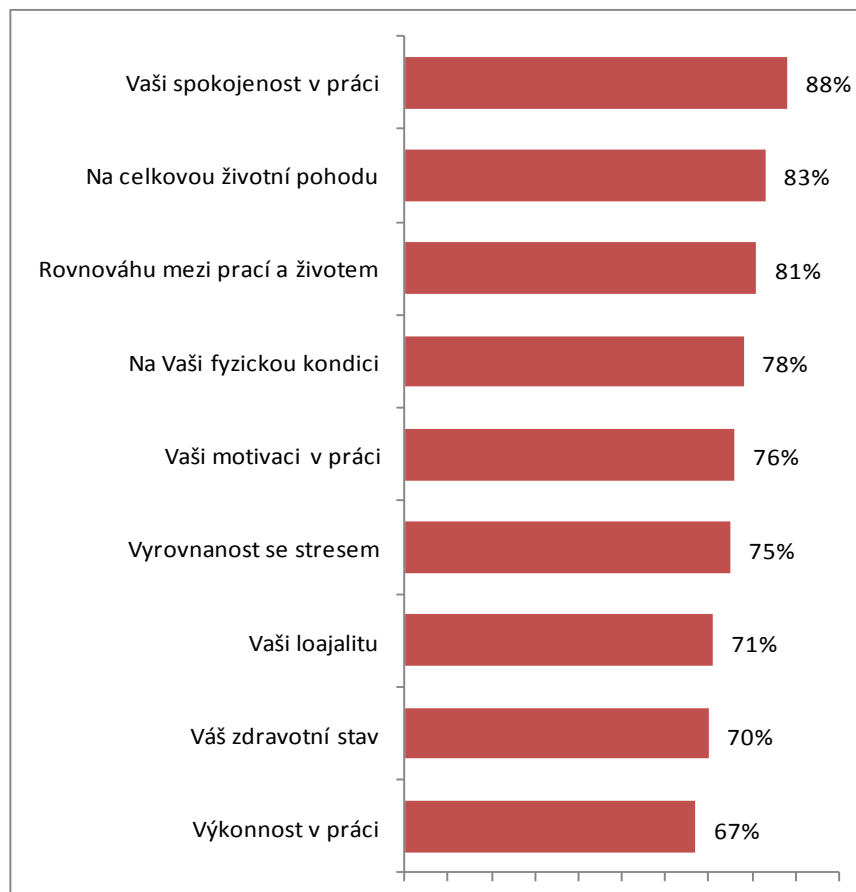
Datum
9. června 2010

Agáta Jankovská
Tel. +420 731 534 282
Fax +420 251 815 800
agata.jankovska@gfk.com

Příspěvky na volný čas pomáhají ke spokojenosti a životní pohodě

Praha, 9. června 2010 – 88 % Čechů, kteří jako benefit v zaměstnání dostávají příspěvky na volný čas, tvrdí, že to má pozitivní vliv na jejich spokojenost. Podle více než osmdesáti procent zaměstnanců volnočasové benefity přispívají k celkové životní pohodě a pomáhají budovat rovnováhu mezi životem a prací. Vyplývá to z výzkumu společnosti GfK Czech.

Graf 1: Vliv volnočasových benefitů na práci a život



GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
CZ-140 00 Praha 4

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800
www.gfk.cz
info@gfk.cz

Jednatel společnosti:
Ing. Ondřej Tomas

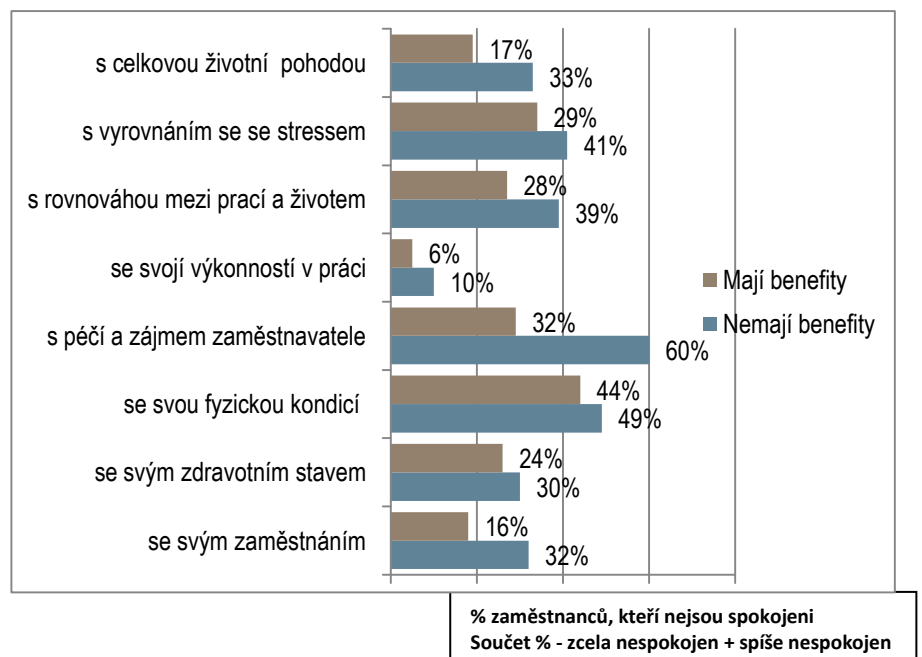
Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
oddíl C, vložka 1326

Ti zaměstnanci, kteří volnočasové benefity dostávají, je nejčastěji využívají na dovolenou, na kulturní akce jako je divadlo nebo koncerty, na nákup v lékárně, návštěvy bazénů, masáží nebo fitness center. Lidé, kterým zaměstnavatel příspěvky na volný čas poskytuje, dostávají v průměru 3783 Kč za rok.

Průzkum odhalil, že volnočasové benefity mají významný vliv na snižování nespokojenosti zaměstnanců. Plných 32 % zaměstnanců, kteří příspěvky na volný čas nedostávají, je nespokojeno se svou prací, přičemž mezi těmi, kteří příspěvky dostávají, je to pouze 16 %. Z průzkumu také vyplývá, že zatímco u parametru celková životní pohoda vyjadřuje nespokojenost každý třetí zaměstnanec z těch, kteří příspěvky na volný čas nepobírají, z druhé skupiny, tj. těch, kteří benefity spojené s volným časem dostávají, je to pouze každý šestý.

„Volnočasové benefity velmi podporují loajalitu zaměstnance vůči firmě. Podstatnou roli ale hraje i to, jaký benefit zaměstnavatel svým zaměstnancům nabídne,“ komentuje výsledky průzkumu Jitka Tejnorová, partnerka společnosti DMC management consulting, a dodává: „Důležitou součástí benefitů, kterou vnímáme jako velmi účinnou, je dnes péče o zdraví zaměstnanců. Velmi pozitivně zaměstnanci hodnotí také akce pořádané společností. Pokud zaměstnavatel prokáže vůči svým pracovníkům osobní přístup, podpoří tím velmi jejich motivaci.“

Graf 2: Nespokojenost s životními aspekty



Průzkum dále ukázal, že volnočasové benefity ovlivňují aktivní trávení volného času. Zatímco mezi těmi, kteří benefity nemají, si udržuje postavu ve fitness pouze desetina zaměstnanců, mezi zaměstnanci s benefity je to každý pátý. Do sauny nebo na rehabilitační masáže chodí dvakrát více těch, kteří dostávají příspěvky na volný čas, než těch bez příspěvků. Každý pátý zaměstnanec bez volnočasových benefitů nejede ani jednou za rok na dovolenou oproti každému desátému z těch, kteří benefity mají.

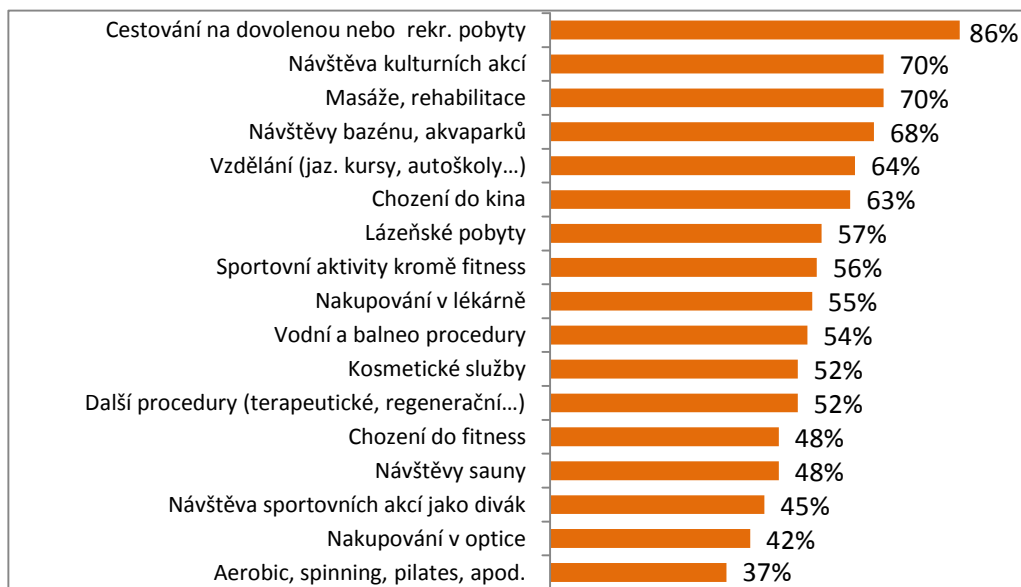
Graf 3: Jak volnočasové benefity ovlivňují skutečné chování lidí

	Respondenti bez benefitů	Respondenti s benefity
Fitness	12%	20%
Masáže	19%	35%
Sauny	8%	14%
Lázně	8%	14%
Bazény	48%	58%
Divadla	36%	48%
Dovolená	78%	88%

Dle průzkumu jsou příspěvky na volný čas atraktivní pro 94 % zaměstnanců a 84 % se domnívá, že by stát měl poskytování volnočasových benefitů podporovat.

Průzkum se zabýval i tím, které volnočasové benefity jsou pro zaměstnance nejatraktivnější. Zvítězily příspěvky na dovolenou, dále příspěvky na kulturní akce, masáže a příspěvky do bazénů a aquaparků. Preference zaměstnanců jsou velmi různorodé, proto 91 % z nich oceňuje, pokud mají možnost výběru z široké škály benefitů.

Graf 4: TOP 10 nejatraktivnějších benefitů



% zaměstnanců, pro které je benefit atraktivní

Informace o výzkumu

Výzkum realizovala společnost GfK Czech pro Asociaci provozovatelů poukázkových systémů on-line dotazováním na vzorku 520 respondentů z řad zaměstnanců dle kvótního výběru v dubnu roku 2010.

Skupina GfK v ČR

Skupina GfK v ČR (GfK Czech a INCOMA GfK) je předním poskytovatelem komplexních služeb v oblasti výzkumu trhu a veřejného mínění, včetně konzultačního a poradenského servisu. Pro další informace navštivte naše internetové stránky: www.gfk.cz, www.incoma.cz.

GfK Group

GfK Group je poskytovatelem zásadních informací nezbytných při rozhodování o tržních strategiích firem působících v oblasti průmyslu, maloobchodu, služeb a médií. Nabízí komplexní informační a poradenské služby ve svých třech obchodních sektorech: Custom Research, Retail and Technology a Média. Jako celosvětově čtvrtá největší společnost provádějící marketingový výzkum působí ve více než 100 zemích s více než 10 000 zaměstnanci. V roce 2009 dosáhly tržby GfK Group 1,16 miliardy EUR. Pro další informace navštivte webové stránky: www.gfk.com.