|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
|  |
| Tisková zpráva |
|  |  |  |
| Firmám se daří, nabízejí zaměstnancům více benefitů než loni  |

|  |
| --- |
|  |

 **Praha** **25. 8. 2015**

**České ekonomice i firmám se daří, a to se pozitivně odráží v nabídce zaměstnaneckých výhod – společnosti v Česku jich poskytují v průměru 12, tedy o dvě více než loni. Nejvíce nabízeným benefitem zůstává již potřetí mobilní telefon v nabídce 88 % firem a příspěvek na vzdělávání (83 %), který je dlouhodobě také nejdynamičtějším benefitem. Největší meziroční nárůst zaznamenaly příspěvky na životní pojištění a na spoření na penzi (o 11 %, resp. 9 %), které tak dokazují rostoucí trend podpory dlouhodobých benefitů. Na jednoho řadového zaměstnance firmy v průměru vydají 10-15 tisíc korun. Vyplynulo to z tradičního průzkumu zaměstnaneckých výhod, který již v deváté vlně realizovala NN pojišťovna a penzijní společnost ve spolupráci se Svazem průmyslu a dopravy ČR.**

Firmy jsou v hodnocení své ekonomické situace poměrně optimistické. Za lepší v porovnání s minulým rokem ji považuje 39 % společností. *„Nálada firem v letošním roce je dost optimistická. Zejména v posledních měsících zaznamenáváme výraznou dynamiku růstu průmyslu a celé ekonomiky. Dobrou zprávou je, že zlepšující se kondice našich firem se projevuje u řady z nich potřebou přijímat nové pracovníky a udržet si je jak zvyšováním mezd, tak i benefity,“* komentuje výsledky Radek Špicar, viceprezident Svazu průmyslu a dopravy České republiky pro hospodářskou politiku a konkurenceschopnost.

Dobrá kondice firem se promítla do rozšíření nabídky zaměstnaneckých benefitů. Firmy aktuálně nabízejí v průměru 12 zaměstnaneckých benefitů, o 2 více než loni. Společnosti, které svou situaci hodnotí v porovnání s loňským rokem jako lepší, jich nabízejí dokonce 13, ty s horšími vyhlídkami naopak jen 11. *„Na nabídku benefitů má vliv také velikost společnosti, která je spojená s rozmanitostí pracovních pozic a tím i potřebou nabízet více druhů benefitů. Malé firmy do 50 zaměstnanců poskytují průměrně 9 zaměstnaneckých výhod, podniky nad 250 zaměstnanců až 13. Samotné množství nabízených benefitů však není garancí spokojených a loajálních zaměstnanců,“* vysvětluje generální ředitel obchodu NN pojišťovny a penzijní společnosti Tomáš Nidetzký.

**Nejrychleji roste životní pojištění**

Mezi nejčastěji poskytované zaměstnanecké výhody opět patří mobilní telefon (88 %), příspěvky na vzdělávání (83 %) a pitný režim (81 %). Ty jsou spolu s příspěvky na zdravotní péči a se služebním automobilem zároveň i nejstabilnějšími výhodami a v nabídce firem se na předních místech objevují již několik let. Největší meziroční nárůst popularity zaznamenal benefit v podobě příspěvku na životní pojištění. *„Životní pojištění spolu s penzijním připojištěním jsou státem podporované produkty – a to jak z pohledu zaměstnavatele, tak zaměstnanců – přičemž patří dlouhodobě mezi finančně nejzajímavější benefity. Přes dynamický růst popularity příspěvku na životní pojištění, zůstává ze strany zaměstnavatelů i zaměstnanců nedoceněna oblast rizikového životního pojištění, která je hlavní podstatou pojištění,“* upřesňuje Tomáš Nidetzký*.* Nejvýrazněji se tento trend ukazuje u životního pojištění, na které v současnosti přispívá 60 % firem, o 11 % více než v loňském roce. Spoření na stáří podporuje o 9 % více podniků než v roce 2014, tedy 77 %.

Na trend vzrůstající obliby dlouhodobých benefitů poukazují i další výsledky průzkumu. *„Již pár let pozorujeme propad popularity věcných benefitů, jako jsou stravenky, dary a jednorázové odměny. Tyto benefity mají pouze krátkodobou hodnotu a jsou do značné míry vnímány zaměstnanci jako samozřejmost. Dnes je trendem ukázat lidem, že zaměstnavateli na nich záleží a že myslí i na jejich budoucnost, právě třeba prostřednictvím příspěvků na pojištění,“* doplňuje Radek Špicar.

|  |  |
| --- | --- |
| **Zaměstnanecké benefity** | **Procento poskytujících firem** |
| **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
| Mobilní telefon | 80 % | 84 % | 75 % | 87 % | 89 % | 88 % |
| Vzdělávání | 70 % | 78 % | 82 % | 85 % | 81 % | 83 % |
| Pitný režim | 71 % | 79 % | 71 % | 82 % | 75 % | 81 % |
| Lékařské prohlídky | - | - | - | 75 % | 78 % | 77 % |
| Příspěvek na penzijní připojištění | 60 % | 71 % | 74 % | 68 % | 68 % | **77 %** |
| Služební automobil | 75 % | 80 % | 75 % | 76 % | 74 % | 73 % |
| Stravenky | 75 % | 68 % | 81 % | 82 % | 74 % | **72 %** |
| Věcné dary/jednorázové odměny | 57 % | 64 % | 64 % | 71 % | 71 % | **66 %** |
| Příspěvek na životní pojištění | 39 % | 54 % | 43 % | 53 % | 49 % | **60 %** |
| 13. plat | 32 % | 37 % | 37 % | 39 % | 39 % | 47 % |
| Kultura | 29 % | 28 % | 33 % | 41 % | 35 % | 42 % |
| Zaměstnanecké půjčky | 31 % | 32 % | 36 % | 38 % | 34 % | 40 % |
| Zdraví (vitamíny, rehabilitace atd.) | 24 % | 31 % | 35 % | 36 % | 39 % | 36 % |
| Sport | 33 % | 32 % | 39 % | 40 % | 42 % | 35 % |
| Dny volna tzv. sick day | - | - | - | 30 % | 25 % | 33 % |
| Očkování proti chřipce | 24 % | 28 % | 25 % | 35 % | 27 % | 31 % |
| Příspěvek na dovolenou | 20 % | 24 % | 28 % | 32 % | 27 % | 30 % |
| Flexi – poukázky | 14 % | 13 % | 12 % | 24 % | 26 % | 24 % |
| Příspěvek na cestování do zaměstnání | 14 % | 20 % | 15 % | 22 % | 20 % | 14 % |

**Táhnou jazykové kurzy, zájem roste i o ruštinu**

Téměř desetina dotázaných firem avizuje, že do budoucna plánuje navýšit příspěvky na vzdělávání. *„Pro úspěch našeho byznysu jsou zaměstnanci, jejich know-how a nasazení velice důležité, a proto do rozvoje znalostí a dovedností našich zaměstnanců investujeme. V současné době nedostatku kvalifikovaných pracovníků na trhu práce ani jiná cesta není. Je důležité stabilizovat vlastní kvalitní zaměstnance (příkladem takového benefitu je i příspěvek zaměstnavatele na penzijní a životní připojištění) a rozvíjet jejich další vzdělávání dle potřeb firmy. Takto vynaložené prostředky je třeba vnímat v dlouhodobé perspektivě, kde je jejich návratnost mnohonásobná,“ komentuje výsledky průzkumu Miloslava Večerková, personální ředitelka společnosti BRANO a.s.*

Vzdělávání navíc potvrdilo svou pozici nejdynamičtější zaměstnanecké výhody a ještě rozšiřovat jeho nabídku v příštím roce plánuje 11 % firem. V rámci vzdělávání stoupá zájem o výuku jazyků. Dominantním jazykem je stále angličtina, kterou nabízí 84 % firem. Druhým nejčastějším jazykem je němčina (44 %), zájem vzrůstá také o ruštinu (25 %).

O průzkumu

Průzkum zaměstnaneckých benefitů realizovala NN pojišťovna a penzijní společnost letos již podeváté, pošesté ve spolupráci se Svazem průmyslu a dopravy ČR. Sběr dat probíhal ve dnech 30. 6. – 30. 7. 2015 a účastnilo se ho 110 společností z České republiky. Dotazování probíhalo on-line na [www.employeebenefits.cz](http://www.employeebenefits.cz).

**---------------------------------**

**Profil NN**

**NN Životní pojišťovna, dříve ING Životní pojišťovna**

NN Životní pojišťovna působí na českém trhu již od roku 1992, kdy pod názvem Nationale-Nederlanden začala jako první zahraniční pojišťovna nabízet životní pojištění. Byla také první životní pojišťovnou, která v roce 2011 nabídla klientům on-line životní pojištění. Součástí stávající produktové nabídky je například flexibilní investiční životní pojištění Smart, on-line rizikové pojištění ProAktiv či speciální pojištění pro ženy pro případ rakoviny prsu a pohlavních orgánů For You. Produkty NN Životní pojišťovny se pravidelně umisťují na předních místech v oborových soutěžích, v roce 2012 tato společnost získala také prestižní ocenění Nejlepší pojišťovna roku a zároveň Klientsky nejpřívětivější pojišťovna.

**NN Penzijní společnost, dříve ING Penzijní společnost**

NN Penzijní společnost začala nabízet soukromé spoření na penzi v roce 1995 jako jedna z prvních společností v České republice. Za 20 let působení v ČR připsala klientům zhodnocení ve výšce 5 miliard korun. V roce 2013 klientům přinesla inovativní řešení správy soukromého spoření na penzi v podobě on-line portálu Moje NN, který postupně rozšířila i na správu životní pojištění.

**NN Group**

NN Group působí v 18 zemích, kde poskytuje služby 15 milionům klientů, o které pečuje 12 000 zaměstnanců. NN navazuje na 170letou tradici v oboru finančních služeb a její název je odkazem na pojišťovnu Nationale-Nederlanden, pod jejíž vlajkou NN v minulosti působila i v České republice. NN Group se zaměřuje především na životní pojištění, důchodové spoření a investiční management, v některých zemích ale poskytuje i bankovní a další finanční služby.