



Kancelář CO MĚ TU DRŽÍ...?

Březen 2024





Pandemie COVID-19, která zasáhla globální pracovní prostředí, způsobila výrazné proměny v pracovních návycích a paradigmatech lidí.

Nejenže vyústila v hromadné přesuny k práci na dálku, ale také podnítila přehodnocení tradičních kancelářských modelů. Tato transformace, kterou můžeme označit jako "novou normu," ovlivnila způsob, jakým jednotlivci vnímají a provádějí svou pracovní činnost.

Společnost Colliers uskutečnila v **listopadu 2023** průzkum, který měl za cíl zjistit, jak zaměstnanci vnímají a prožívají pracovní prostředí a způsob práce a co by měly tyto dva aspekty splňovat, aby se cítili produktivně a spokojeně.



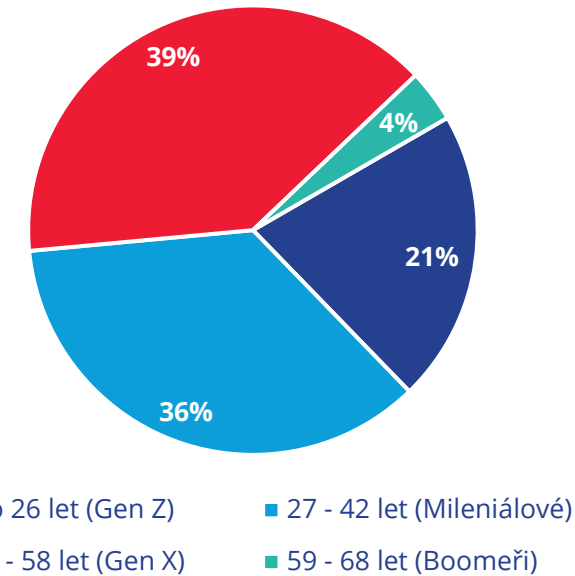
zúčastnilo se
503
respondentů
z České republiky

Kdo se zúčastnil?

Nejvíce respondentů bylo z věkových skupin obyvatel – Gen X a Mileniálové - tedy ve věku 27 – 58 let. O něco méně bylo zaměstnanců mladších 26 let (Gen Z). Minoritní poměr tvoří lidé starší 59 let, takzvaní Boomeři.



Věkové rozdělení

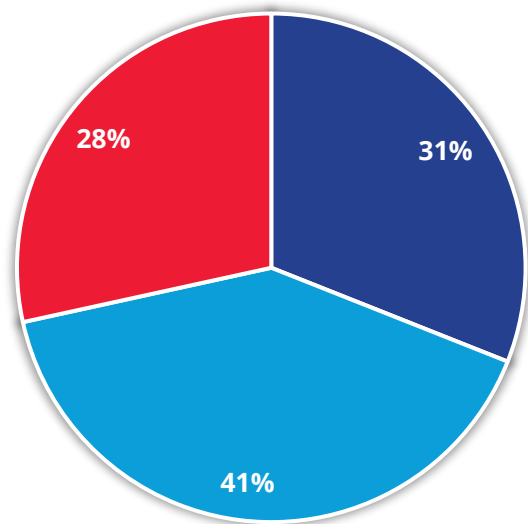


- **Gen Z** - Narodili se přibližně mezi lety 1997 a 2012. Vyrůstli s technologiemi jakými jsou sociální sítě, chytré telefony a tablety.
- **Mileniálové** - Narodili se přibližně mezi lety 1981 a 1996. Zažili nástup internetu a sociálních sítí v dospívání a na začátku kariéry.
- **Gen X** - Narodili se přibližně mezi lety 1965 a 1980. Vyrůstli v éře počítačů, ale bez internetu. Jsou nezávislejší a technologicky zdatnější než předchozí generace.
- **Boomeři** - Narodili se v období po 2. světové válce do roku 1964. Všeobecně jsou pracovití, optimističtí a tíhnou k materiálnímu zajištění.

Kdo se zúčastnil?

Dalším ukazatelem byla velikost společnosti, pro kterou respondenti pracují. Zde je vidět celkem **rovnoměrné zastoupení** s jemně převažující skupinou středních podniků.

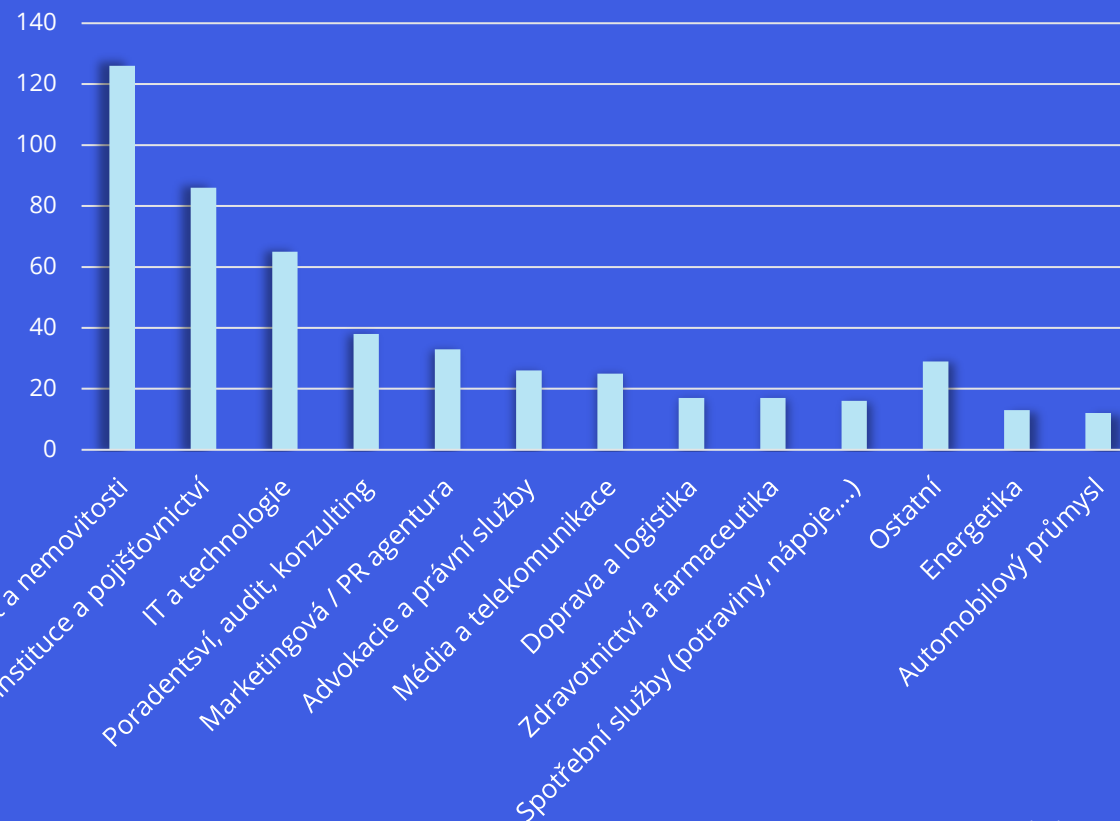
Velikost firmy



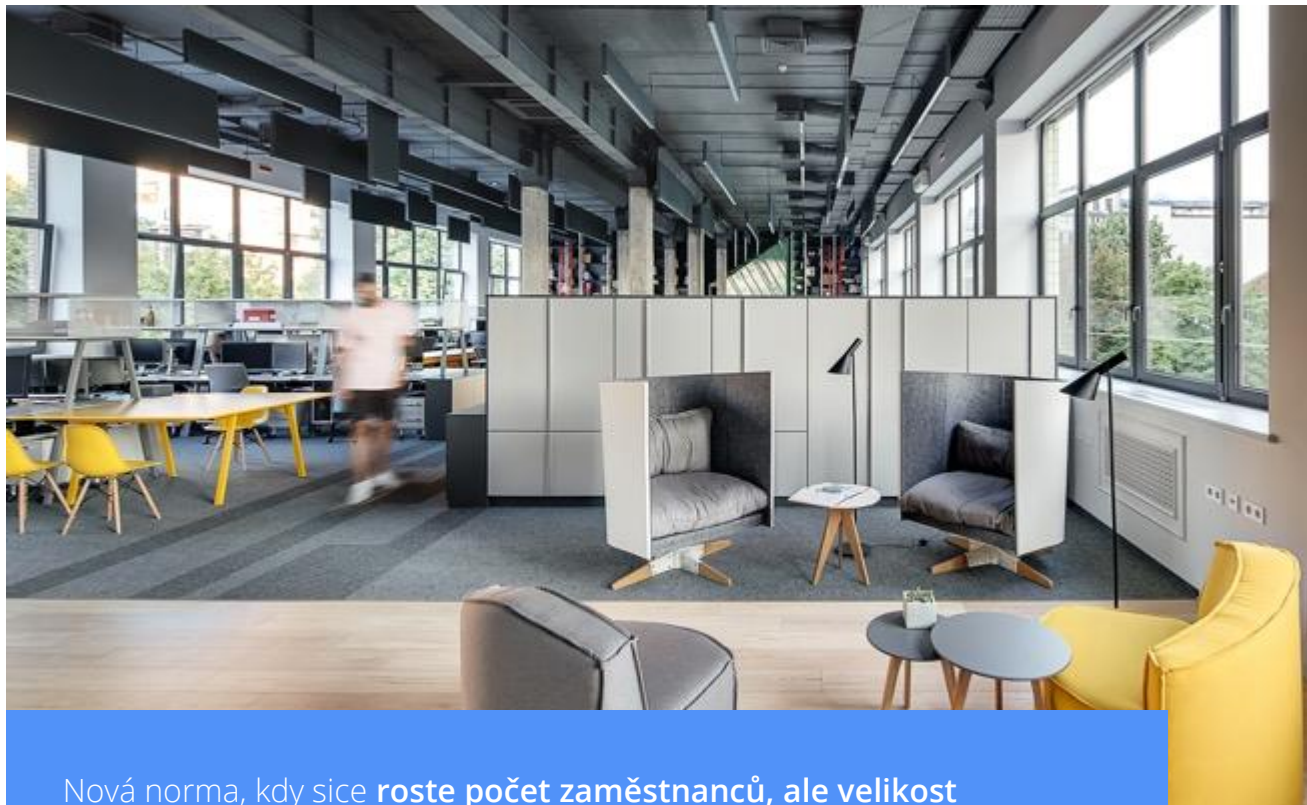
- Malé podniky (méně než 25 zaměstnanců)
- Střední podniky (25 až 499 zaměstnanců)
- Velké podniky (500 a více zaměstnanců)

Je patrné že zastoupení respondentů v odvětvích **není rovnoměrné**. Stavebnictví, development a nemovitosti, finanční instituce a pojišťovnictví, IT a technologie jsou nejsilněji zastoupeny. Tyto společnosti jsou tradičně co do počtu zaměstnanců větší, proto je jejich zastoupení široké. Zbytek odvětví je zastoupený v jednotkách procent.

Odvětví respondentů



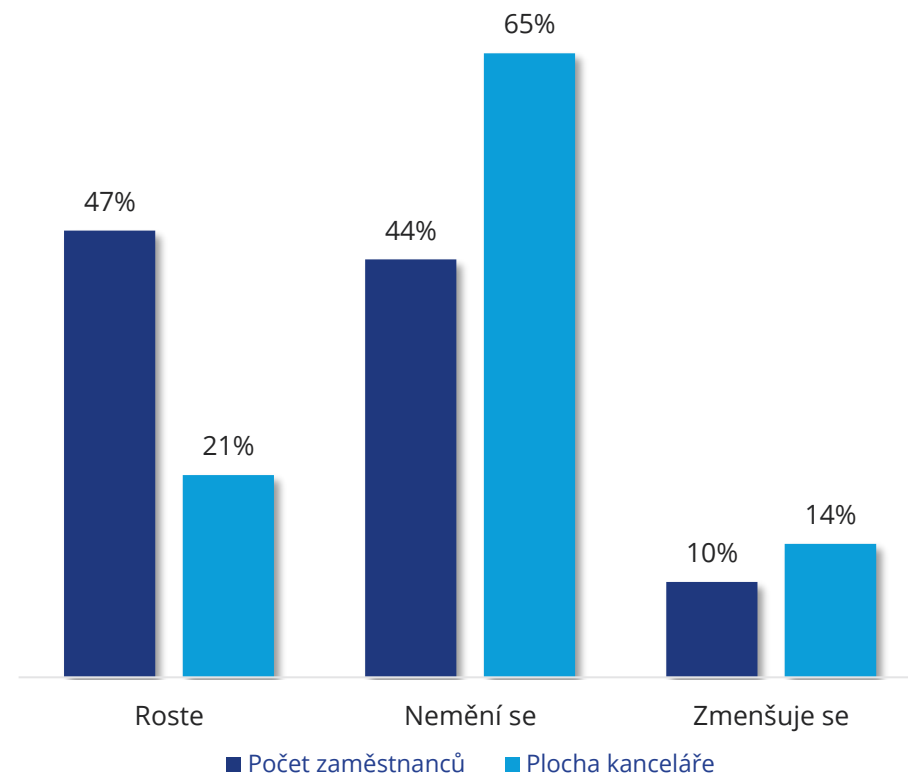
Více zaměstnanců, stejně m²?



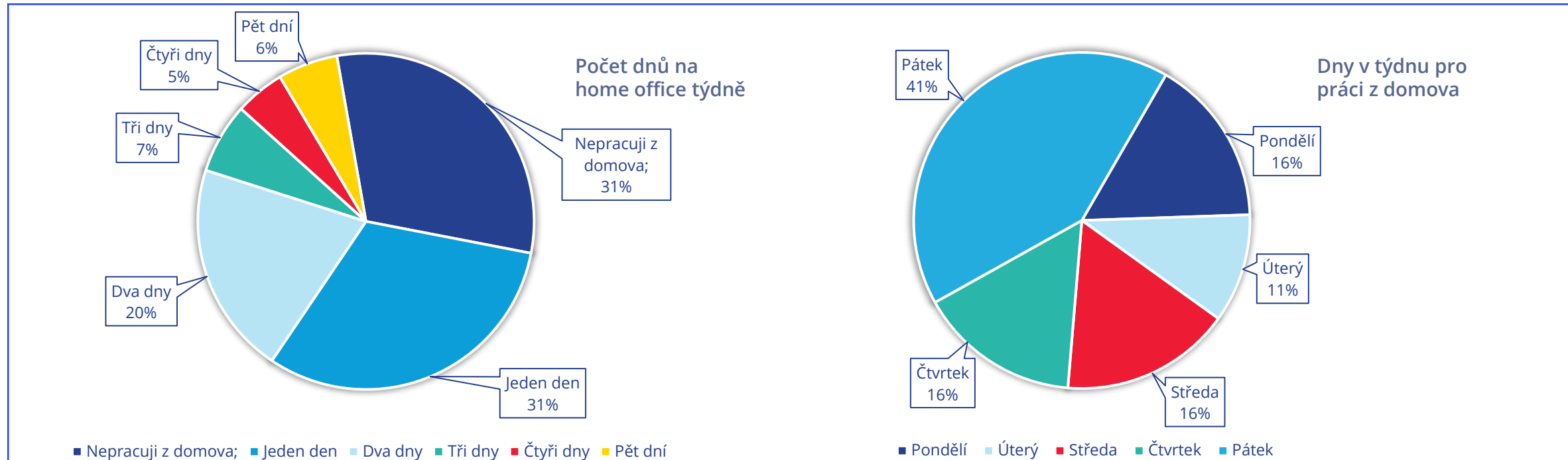
Nová norma, kdy sice **roste počet zaměstnanců, ale velikost kanceláře se nemění**, je patrná i z odpovědí respondentů na změny počtu zaměstnanců a výměry kanceláře. Zde je zřejmé, že **výměra kancelářských ploch se nyní nemění, zatímco počty zaměstnanců rostou**.

Tímto se potvrzuje trend **zefektivňování využití** kancelářských prostor. Opačná rovnováha je vidět u zmenšujících se počtů zaměstnanců, kde změna kancelářské plochy nereaguje tak rychle.

Velikost kanceláře na počet zaměstnanců



Kdy pracujete z domova ?



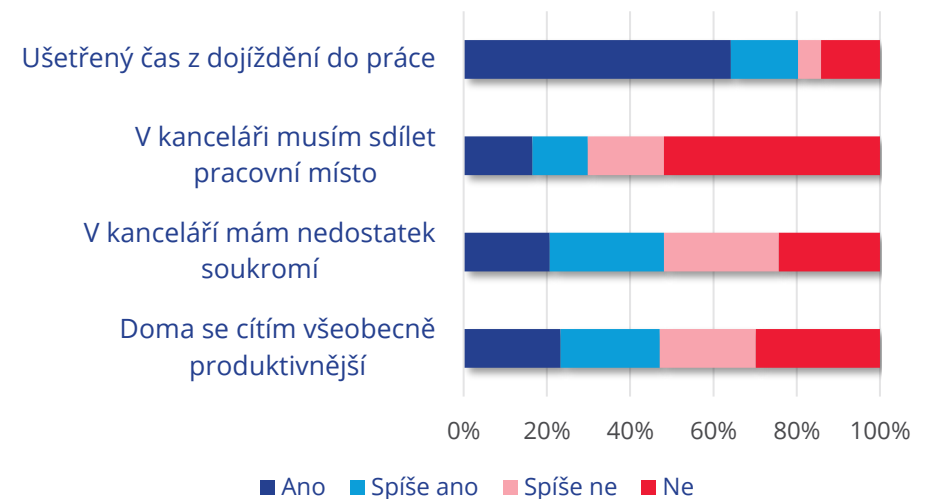
Na otázku **“ Máte možnost využívat pravidelně home office? ”** 31 % respondentů odpovědělo, že z domova vůbec nepracují nebo jen ve výjimečných situacích. Většina lidí pracuje z domova 1-2 dny, tedy 51 % dotázaných. Z toho vyplývá, že **většina společností pracuje v hybridním modelu 3+2**, kdy zaměstnanci 3 dny v týdnu dochází do kanceláří a 2 dny v týdnu pracují z domova.

Dotazník potvrdil všeobecné povědomí o tom, že **nejoblíbenější den pro home office je pátek. Nejméně lidé pracují z domova v úterý.** Pondělí, středa a čtvrtek jsou poté pro práci z domova rovnoměrně zastoupené. Užitečnou informací zde je, že kromě pátku jsou všechny ostatní dny v týdnu pro práci z domova pro zaměstnance srovnatelně atraktivní. Vytížení kanceláří je rozdělitelné poměrně rovnoměrně.

Proč pracovat z domova?



Proč pracujete z domova?

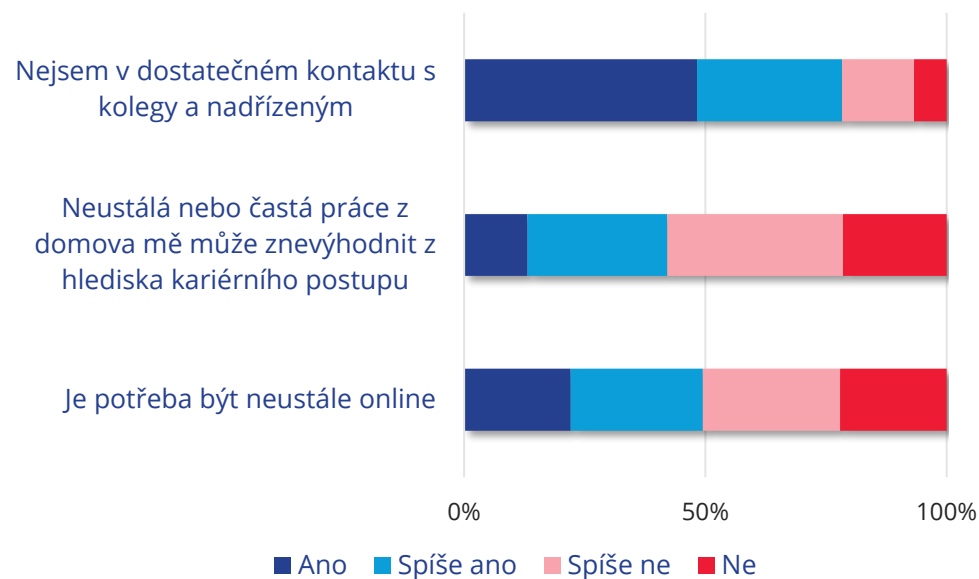


Naopak důvod, že zaměstnanec v kanceláři nemá svůj vlastní stůl nemá na práci z domu zásadní vliv.

- Proč je pro mnohé zaměstnance benefit možnost práce z domova? Největším kladem je hlavně **úspora času stráveného na cestách**. Tak to vidí více než 80 % z dotázaných.
- Naopak překvapivý byl závěr z odpovědi na otázku, jestli lidé volí práci z domova z důvodů, že v kanceláři nemají svůj dedikovaný stůl. Zde **70 % respondentů uvedlo, že nemít v kanceláři vlastní stůl pro ně není podstatným faktorem**.
- Pokud by se měla porovnat produktivita doma a v kanceláři, zde se ukazuje jen zanedbatelný rozdíl. Stejně tak pocit soukromí je doma a v kanceláři obdobný.

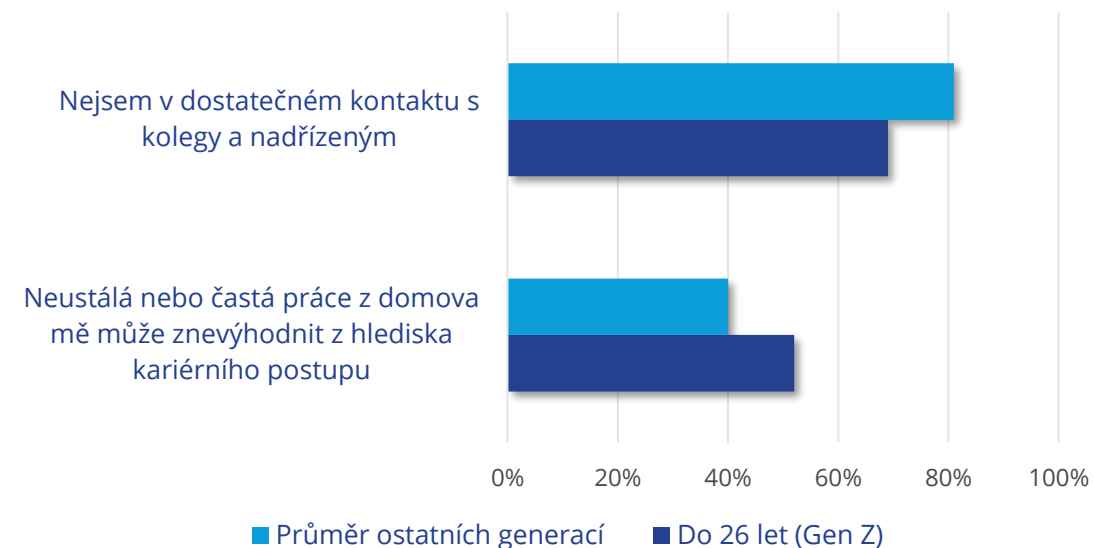
Proč pracovat z kanceláře?

Vnímáte tato možná negativita práce z domova?



Jak to mají mladí *?

*součet hodnot spíše ano a ano



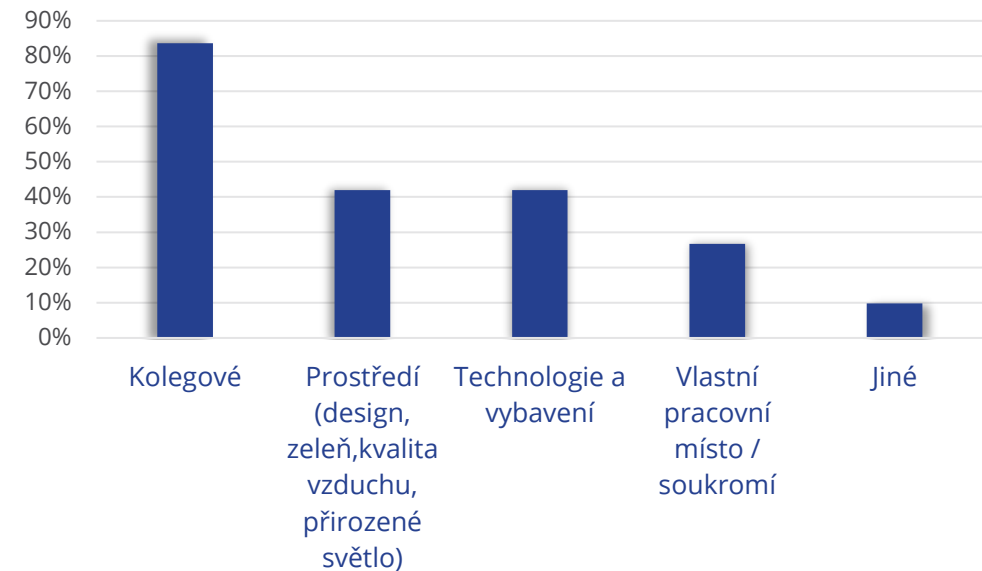
- Hlavní výhodou práce z kanceláře je především **kontakt s kolegy a nadřízenými**. Takový pocit má více jak 78 % dotázaných. Jako nevýhodu práce z domova vidí přibližně 40 % zaměstnanců zhoršenou možnost kariérního postupu.
- Mladí jako potenciální negativum práce z domova méně (o 12%) považují omezený kontakt s kolegy a nadřízenými oproti průměru tří starších generací. Naopak je, stejným procentuálním rozdílem, **trápí zhoršené vyhlídky na kariérní postup**.

Co vás do kanceláře přiláká?



Mnoho společností investuje do designu kvalitního pracovního prostředí, které má přilákat zaměstnance do kanceláře. Nicméně průzkum potvrdil, že **největší motivací pro návrat do kanceláře jsou kolegové**, tedy firemní kultura. Kvalitní prostředí a technické vybavení jsou pak považovány v dnešní době za v podstatě standard, který zaměstnanci od svých firem očekávají.

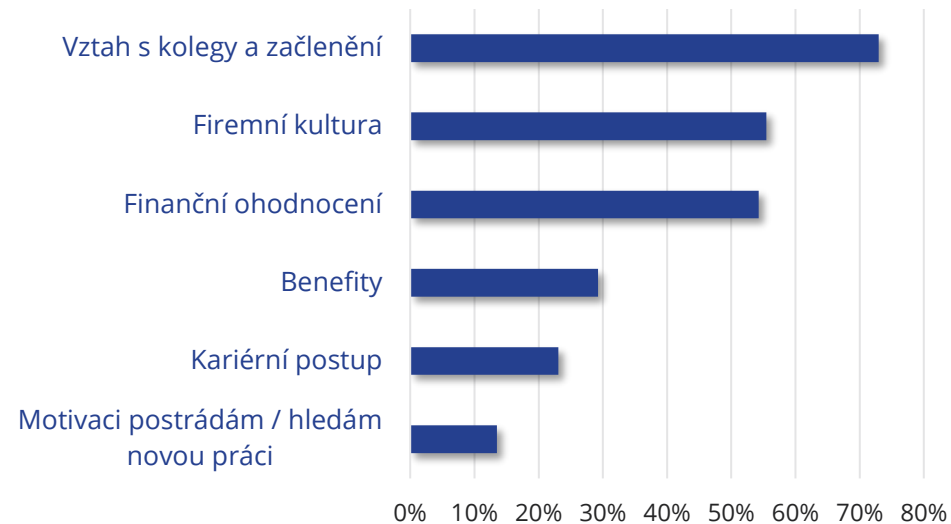
Co Vás nejčastěji přiláká do kanceláře?



- Člověk je tvorem společenským. A tak žádný videohovor s malými, rozmazanými tvářemi nenahradí kolektivní snahu donutit tiskárnu ke spolupráci nebo náhodný small-talk v kuchyňce s kolegou, jehož jméno si nešlo do té chvíle zapamatovat.
- Stranou humoru, potkávání se v kanceláři podporuje **firemní kulturu, týmové vazby, předávání zkušeností a spojení s firmou.**

Spokojenost v práci

Co Vás motivuje setrvat ve Vaší společnosti?



Dobrou zprávou je, že skoro **polovina dotázaných je ve své práci všeobecně spokojena**. Nejvíce respondenty (73%) pro setrvání ve společnosti motivují vztahy s kolegy a hned poté se vracíme k firemní kultuře. Je zajímavé, že finanční ohodnocení se v našem průzkumu ocitlo až na třetí pozici s 54%. Je to stále více než polovina respondentů, ale v době vysoké inflace je to vlastně nízké procento, které ukazuje, že „**peníze nejsou všechno**“.

Z průzkumu vyplývá, že **firemní kultura a kolektiv jsou klíčovými prvky**, které ovlivňují způsob, jakým zaměstnanci spolupracují a jaké hodnoty sdílejí. Firemní kultura navíc významně ovlivňuje vnitřní atmosféru, motivaci zaměstnanců a celkový úspěch organizace.

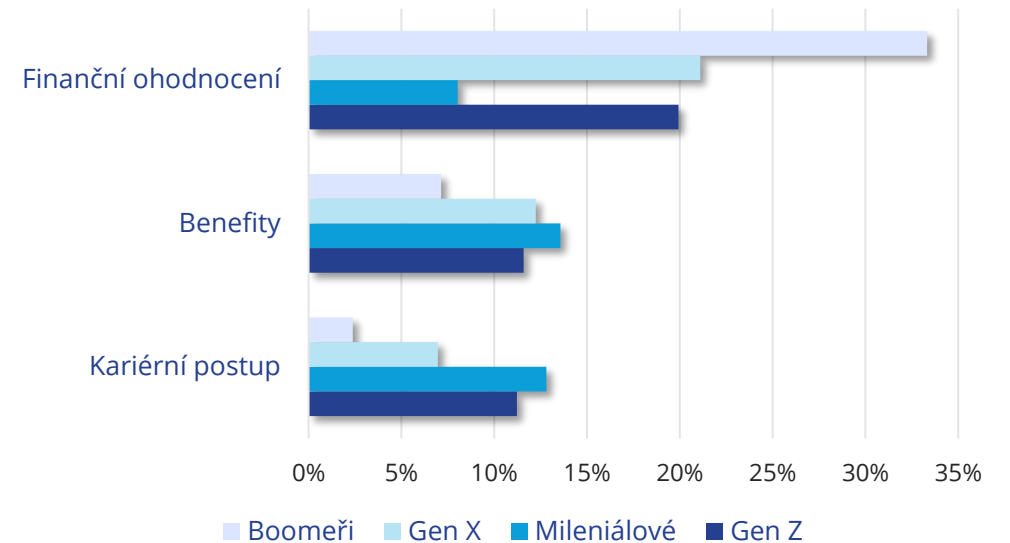
14% dotázaných motivaci pro setrvání ve firmě postrádá a může již být v procesu hledání nového zaměstnání..

Spokojenost v práci



Věk nemá vliv na otázky týkající se kultury, vztahů s kolegy a nebo ztráty motivace. V čem naopak rozdíly jsou?

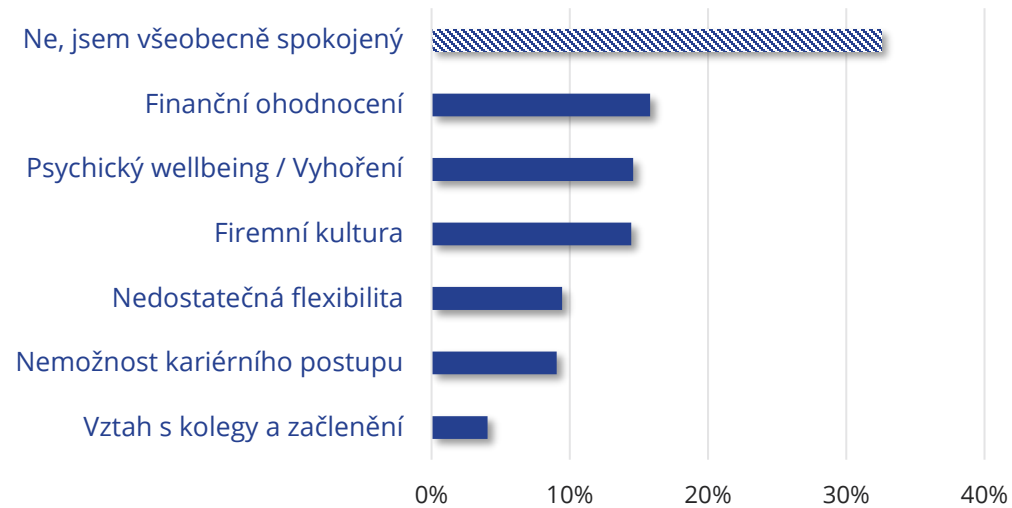
Co Vás motivuje setrvat ve Vaší společnosti? (podle věku)



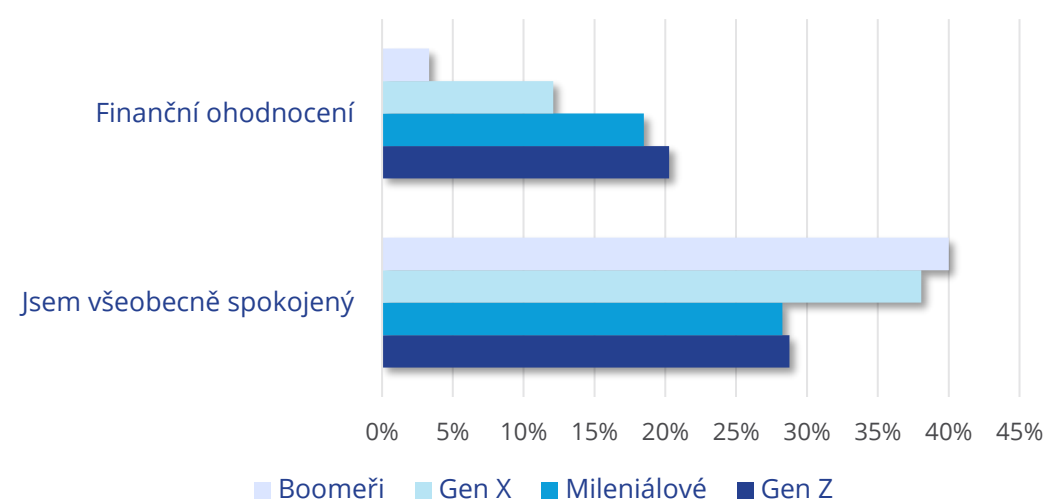
- Největší rozdíly ve spokojenosti se stávajícím zaměstnáním podle generací pozorujeme u **finančního ohodnocení**. Pro boomeři (59-68 let) jsou finance jednoznačně významným motivem, proč zůstat ve firmě. Ostře ale kontrastují s mileniály, u nichž jsou finance jako důvod pro setrvání ve společnosti až na třetím místě za benefity a kariérním postupem.
- V důležitosti možnosti **kariérního postupu** jsou věková zastoupení prohozená. To není překvapivý výsledek - boomeři všeobecně další kariérní postup již neočekávají, **zatímco aktivní věkové skupiny, do 42 let, ano.**

Co Vám v práci chybí?

Cítíte nějaké nedostatky ve Vaší společnosti?



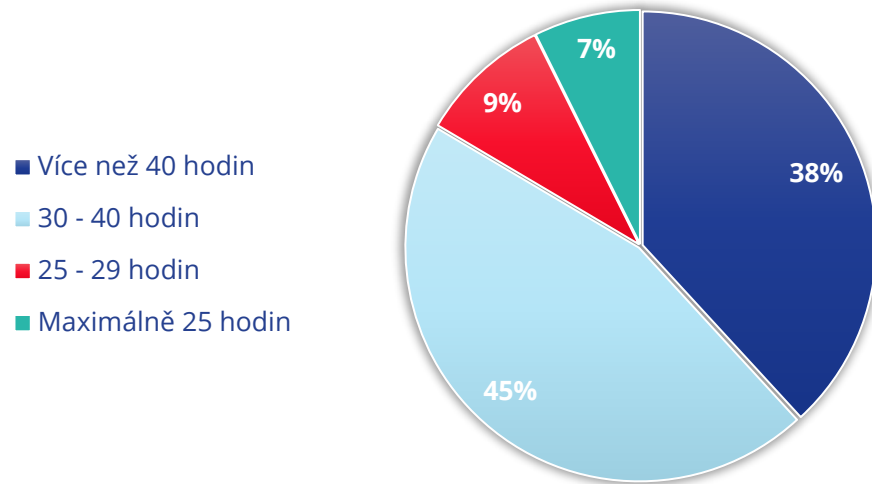
Rozdílnost dle generace



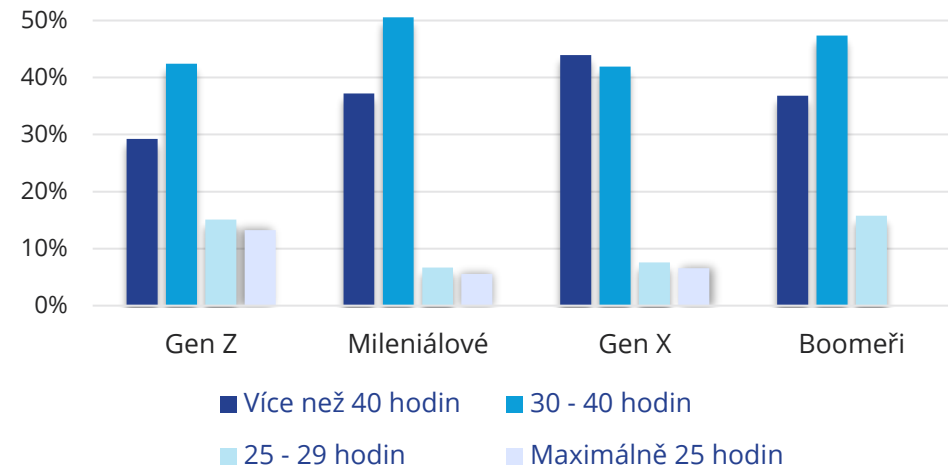
- Třetina zaměstnanců z našeho průzkumu je ve firmě celkově spokojená. Pokud mají nějaké výhrady k fungování společnosti, ve které pracují, tak se týkají **finančního ohodnocení, psychické pohody nebo firemní kultury**. Pouze minoritní skupina zaměstnanců se necítí dobře ve vztazích s kolegy.
- Nejvíce spokojených v zaměstnání jsou **boomeři, celkem 40%**. Nejméně spokojená je generace **mileniálů, 28%**.
- Nerovnoměrné zastoupení bylo také u odpovědí ohledně finančního ohodnocení, kde 20% z respondentů do 26 let je nespokojených, zatímco u zaměstnanců starších 59 let jsou to jen 4%.

Kolik času potřebujete na práci?

Plný rozsah Vaší práce



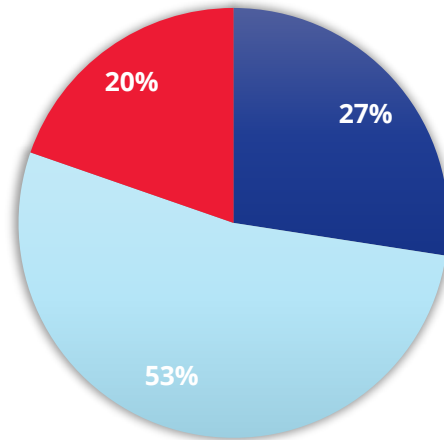
Vytížení dle generací



- Téměř polovině dotázaných (45%), stačí jejich pracovní doba pro vyřízení pracovní agendy. Ovšem **38% uvedlo, že jim práce zabere týdně více než 40 hodin**. To se odráží už i v odpovědích na otázku o nedostatcích ve společnosti, kde 23% (respektive 21%) respondentů uvedlo, že se cítí být špatně finančně ohodnoceni a nebo na sobě pocítují pracovní vyhoření. Na druhou stranu 16% respondentů by svou agendu zvládlo i s tříčtvrtěčním pracovním úvazkem.
- **Skutečný rozsah naší práce bývá přibližně o 15% kratší** než doba, kterou v práci pobýváme a kterou považujeme za plný pracovní úvazek. Správně bychom měli odečíst čas věnovaný small-talku u kávy nebo například školení.
- Když se zaměříme na pracovní vytížení dle jednotlivých generací, je zřejmé, že **nejvíce vytížená se cítí Gen X** (43-58 let). V jejich případě dominovala odpověď (44%), že agendu nestíhají ve standardní pracovní době, což je do 40 hodin týdně.
- Oproti tomu **Gen Z zvládají svoji práci nejrychleji**, zde téměř 28% respondentů odpovědělo, že agendu stihnou za méně než 30 hodin týdně. Tato odpověď však může být ovlivněna faktem, že mnoho z nich prozatím nepracuje na plný úvazek.

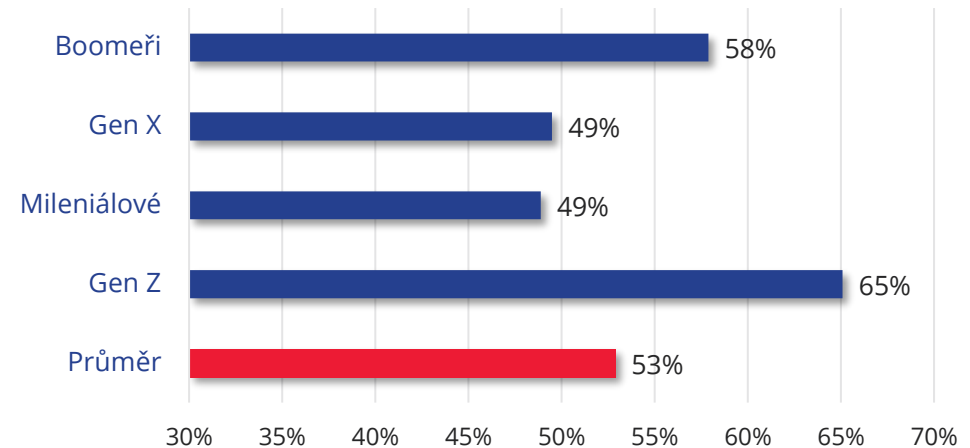
Čtyřdenní pracovní týden

Při zachování stejného platu, která z možností je Vám bližší?



- Standardní týden se dvěma a více dny týdně na home office
- Čtyřdenní pracovní týden s jedním dnem týdně na home office
- Nemám preferenci

Preference dle generací



- Pokud by měl být zaveden nový zaměstnanecký benefit (benefity jsou v práci motivátorem pro 29% dotazovaných), **více než polovina respondentů by volila zkrácení pracovního týdne na čtyři dny, kdy navíc jeden den mohou pracovat z domova.** 27% zaměstnanců preferuje klasický pracovní týden se zavedením větší flexibility v podobě práce z domova.
- Pozoruhodný je vztah ke čtyřdennímu pracovnímu týdnu napříč generacemi.
- Nejsilnější preference najdeme, podle očekávání u nejmladší Gen Z. Druzí jsou pak boomeři. Vyplyvá, že pro obě tyto generace je velmi důležitá rovnováha mezi pracovním a osobním životem. Starší generace může být navíc názoru, že po několika dekádách v pracovním procesu je čas se více věnovat například rodině nebo cestování.
- **Rozdíl mezi Gen Z a Gen X, resp. mileniály je výrazných 15 p.b.**

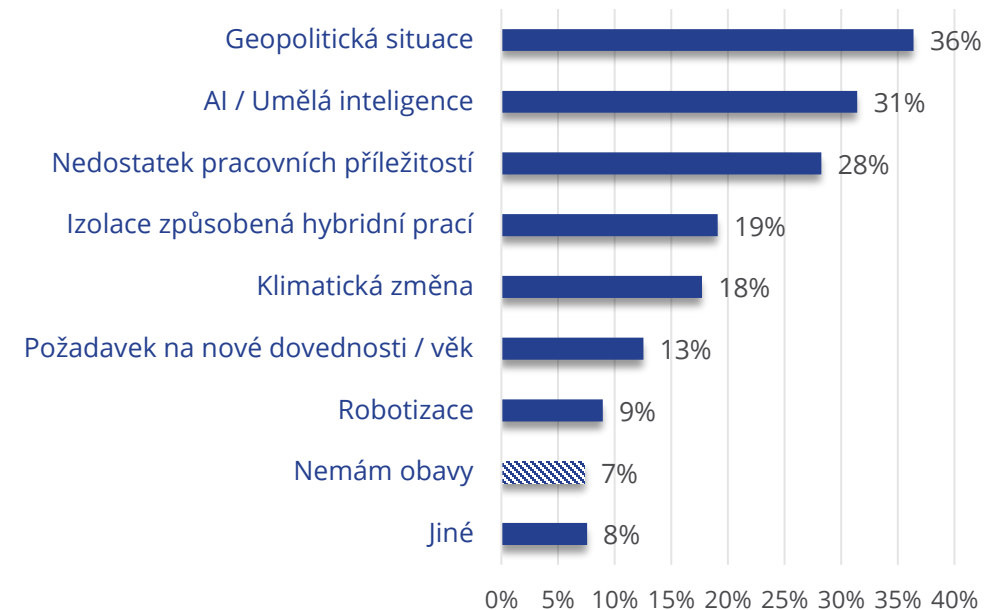
Budoucnost práce

Odpovědi týkající se obav ohledně budoucnosti práce nebyly odlišné mezi jednotlivými generacemi.

- Pro respondenty našeho průzkumu je ve vztahu k budoucnosti práce **největší obavou geopolitická situace**. To je v kontextu doby, války Ukrajině, vysoká inflace, či energetické krize, očekávatelný výsledek.*
- **Obavy z AI** u zaměstnanců v kancelářích daleko převyšují obavy z robotizace. Nicméně obava z nedostatku pracovních příležitostí je v kontextu velmi nízké nezaměstnanosti v ČR celkem překvapivá.
- Méně očekávané je také relativně **nízké umístění klimatické změny**. Jedním z faktorů může být prozatím níhmatelnost tohoto problému v kontextu práce.



Co Vás motivuje setrvávat ve Vaší společnosti? (podle věku)



**Psychické zdraví a výkonnost zaměstnanců trpí, pokud se obávají vnějších hrozeb, jako jsou válečné konflikty, což snižuje jejich produktivitu. Poskytování ujištění pomáhá. Významné geopolitické události mají dopad na globální obchod, kybernetickou bezpečnost, ceny komodit, měnové kurzy a dokonce i provoz kanceláří. Štěstí přeje připraveným. Zároveň zaměstnanci hledají během krize lídry. Vedení firem, které tyto souvislosti odmítají, riskují, že budou působit lhostejně. Neuznání obav zaměstnanců může mít za následek pokles morálky, frustraci a neangažovanost. Pečující kultura je konkurenční výhodou v boji o talenty.*

Na co se soustředit?

Tipy pro zaměstnance

- Nezanedbávejte své **duševní zdraví, pohodu** a pocit bezpečí. Vyhledávejte zaměstnavatele, kterým na těchto věcech záleží.
- Důležité je **celoživotní vzdělávání**. Rozvíjejte své dovednosti, jak kreativní tak technické, abyste si s rozvojem umělé inteligence udrželi svou zaměstnatelnost.
- Pečujte o **rovnováhu** osobních kontaktů s kolegy s flexibilitou práce na dálku. Nezanedbávejte své **pracovní vztahy**.
- Neváhejte vyjádřit své **preferenze a obavy** ohledně budoucnosti práce - pomůžete tak utvářet pozitivní změny.
- Stojí za to zamyslet se nad tím, jak můžete **smysluplně přispět** společnosti i jinak než jen pracovním úspěchem.



Tipy pro zaměstnavatele

- Udělejte ze **zdraví a rovnováhy mezi pracovním a osobním** životem Vašich zaměstnanců strategickou prioritu. Vytvořte pracovní prostředí pro lidi – součástí well-beingu v kanceláři je kvalitní akustika, vhodné barevné kombinace interiéru, kvalitní osvětlení, přírodní materiály a zezeň, čistý vzduch nebo možnost krátké relaxace. **Wellbeing už neznamena fitko v kanceláři, ale celostní přístup k mentální i fyzické pohodě v práci.**
- Investujte do podpory **firemní kultury** – pracovní prostředí v kanceláři má podpořit firemní komunitu, má pomoci rozvíjet pracovní schopnosti prostřednictvím sdílení zkušeností a informací a rychle se naučit principy fungování firmy. To vše **podpoříte vhodným kvalitním designem, vytvořením zón pro setkávání spolu s prostorem pro soustředěnou práci – malé zasedačky vybavené i pro samostatnou práci nebo tiché zóny.**
- **Dokažte, že nasloucháte.** Práce se mění stejně jako očekávání zaměstnanců a s nimi se musí přizpůsobovat. **Nejlepší pracovní prostředí budou navržena tak, aby se neustále vyvíjela.** Pilotování nových nápadů a jejich testování v pracovním prostředí, analýza firemních dat a přizpůsobování kanceláří zpětné vazbě jsou důležitou součástí budoucí spokojenosti zaměstnanců s pracovním prostředím.

Závěrem

Vzhledem k tomu, že rozdíly v odpovědích na značnou část otázek vycházely z věkové kategorie respondentů, je dnes pro zaměstnavatele důležité tento faktor dostatečně reflektovat.

Všechny jednoduše nelze měřit stejným metrem.



- Na pracovišti prožíváme dobu velmi dynamických změn.
- Cesta vpřed vyžaduje správné vybalancování rozsahu technologií, inovací a flexibility s uspokojením rozhodujících lidských potřeb jako jsou sounáležitost, hledání smyslu, osobní rozvoj a bezpečí.
- Zaměřením se na firemní kulturu vycházející ze zkušeností a budovanou podporou svých lidí, může každá společnost maximalizovat produktivitu a celkovou spokojenost.

Naše filosofie

Dejte lídrům možnost činit skvělá rozhodnutí na základě správných dat



Soulad vedení

Provedte vedení procesem, který jim pomůže vyjasnit a sladit budoucnost "hybridního" pracoviště.



Data na prvním místě

Sbírejte data, která jsou důležitá pro pochopení toho, jak lidé pracují a jak vypadá úspěšná pracovní zkušenost pro vás.



Orientace na člověka

Lidský kapitál je nejdražším aktivem podniku. Vše, co děláme, musí podporovat získání a udržení zaměstnanců.



Chytrá řešení

Podpořte a sdělte svá rozhodnutí pomocí dat, která jsou jedinečná pro vaši společnost.



Řešení pro budoucnost

Zaměřujeme se na dlouhodobá řešení a navrhujeme strategie, které umožňují vedení a stakeholdery testovat, měřit, opakovat a dosáhnout úspěchu.



Jana Vlková

Director, Head of Office and
Workplace Advisory

+420 602 105 043
Jana.Vlkova@colliers.com

Jana Beeby

Senior Workplace Consultant

+420 603 142 964
Jana.Beeby@colliers.com

Marek Nebeský

Market Analyst

+420 734 713 010
Marek.Nebesky@colliers.com

Lucie Slámová

Data Analyst

+420 605 465 083
Lucie.Slamova@colliers.com

This document has been prepared by Colliers for advertising and general information only. Colliers makes no guarantees, representations or warranties of any kind, expressed or implied, regarding the information including, but not limited to, warranties of content, accuracy and reliability. Any interested party should undertake their own inquiries as to the accuracy of the information. Colliers excludes unequivocally all inferred or implied terms, conditions and warranties arising out of this document and excludes all liability for loss and damages arising there from. This publication is the copyrighted property of Colliers and/or its licensor(s). ©2023 All rights reserved. Colliers International Group Inc. [Colliers International s.r.o.]