

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra jazyků**



**Bakalářská práce**

**Jazykové vzdělání Čechů z pohledu zaměstnavatele  
firmy Actum, s.r.o.**

**Kateřina PILÁTOVÁ**

© 2024 ČZU v Praze

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Kateřina Pilátová

Ekonomika a management

Název práce

**Jazykové vzdělání Čechů z pohledu zaměstnavatele firmy Actum, s.r.o.**

Název anglicky

**Language Education of Czechs from the Perspective of the Employer of Actum, s.r.o.**

---

## Cíle práce

Cílem bakalářské práce je jednak zjistit vnímání jazykového vzdělání zaměstnanců ze strany zaměstnavatele a zhodnotit současný stav jazykového vzdělání ve vybrané firmě a jednak vytvořit návrh na zlepšení situace na základě získaných výsledků výzkumu.

## Metodika

Výzkum bude proveden pomocí dotazníkového šetření a kvantitativní metody.

## Doporučený rozsah práce

30-40

## Klíčová slova

jazykové vzdělávání, jazyková příprava, rozvoj zaměstnanců, společenská a ekonomická relevance jazykového vzdělání

---

## Doporučené zdroje informací

- BARTOŇKOVÁ, H. 2010. Firemní vzdělávání: Strategický přístup ke vzdělávání pracovníků. 1. vyd. Vedení lidí v praxi. Praha: Grada. 204 s. ISBN 978-80-247-2914-5
- DVOŘÁKOVÁ, Z. 2007. Management lidských zdrojů. 1. vyd. Beckovy ekonomické učebnice. Praha: C. H. Beck. 485 s. ISBN 978-80-7179-893-4
- European Commission/EACEA/Eurydice. 2017. Key Data on Teaching Languages at School in Europe – 2017 Edition. Eurydice Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union. 181 s. ISBN 978-92-9492-477-3
- HRONÍK, F. 2007. Rozvoj a vzdělávání pracovníků. 1. vyd. Praha: Grada. 233 s. ISBN 978-80-247-1457-8
- PLAMÍNEK, J. 2014. Vzdělávání dospělých: Průvodce pro lektory, účastníky a zadavatele. 2. vyd. Praha: Grada. 336 s. ISBN 978-80-247-4806-1

---

## Předběžný termín obhajoby

2023/24 LS – PEF

## Vedoucí práce

PhDr. Drahoslava Kšandová, Ph.D.

## Garantující pracoviště

Katedra jazyků

---

Elektronicky schváleno dne 3. 6. 2023

**PhDr. Mgr. Lenka Kučírková, Ph.D.**

Vedoucí katedry

---

Elektronicky schváleno dne 3. 11. 2023

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 12. 03. 2024

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci „Jazykové vzdělání Čechů z pohledu zaměstnavatele firmy Actum, s.r.o.“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucí bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. března 2024 \_\_\_\_\_

## **Poděkování**

Chtěla bych touto cestou vyjádřit poděkování paní PhDr. Mgr. Drahoslavě Kšandové, Ph.D., za její vedení a rady v průběhu zpracování mé bakalářské práce. I přes některé výtky si velmi vážím její podpory a přístupu k mé práci. Děkuji za čas a energii, kterou mi věnovala při poskytování zpětné vazby a směřování mé práce.

# **Jazykové vzdělávání Čechů z pohledu zaměstnavatele firmy Actum, s.r.o.**

## **Abstrakt**

Bakalářská práce se zaměřuje na analýzu a hodnocení jazykového vzdělávání Čechů prostřednictvím perspektivy zaměstnavatele a také zaměstnanců ve společnosti Actum, s.r.o. Průzkum zahrnuje kombinaci kvantitativního a kvalitativního přístupu, který spočívá v analýze dotazníkového šetření mezi zaměstnanci a rozhovoru s představitelem firmy. Průzkum provedený mezi zaměstnanci firmy poskytl klíčové poznatky o účasti na jazykovém vzdělávání a spokojenosti s dostupnými programy. Rozhovor odhalil pohled zaměstnavatele na jazykové vzdělávání ve firmě. Získané poznatky vedly k identifikaci oblastí pro potenciální zlepšení. Práce dále obsahuje teoretickou část, která přibližuje koncept jazykového vzdělávání.

**Klíčová slova:** jazykové vzdělávání, motivace, vzdělávání, společenská a ekonomická relevance jazykového vzdělávání

# **Language Education of Czechs from the Perspective of the Employer of Actum, s.r.o.**

## **Abstract**

Bachelor thesis focuses on the analysis and evaluation of language education for Czechs from the perspective of both employer and employees in the company Actum, s.r.o. The survey involves a combination of quantitative and qualitative approaches, which consists of analyzing a questionnaire survey among employees and conducting an interview with a company representative. The survey conducted among company employees provided key insights into participation in language education and satisfaction with available programs. The interview revealed the employer's perspective on language education within the company. The obtained insights led to the identification of areas for potential improvement. Furthermore, the thesis includes a theoretical section that outlines the concept of language education.

**Keywords:** language education, motivation, education, social and economic relevance of language education

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod.....</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>Cíl práce a metodika .....</b>	<b>9</b>
2.1	Cíl.....	9
2.2	Metodika .....	9
2.2.1	Kvantitativní analýza.....	9
2.2.2	Kvalitativní analýza.....	9
<b>3</b>	<b>Teoretická část práce .....</b>	<b>10</b>
3.1	Obecná charakteristika podnikového vzdělávání .....	10
3.2	Jazykové vzdělávání .....	10
3.3	Význam jazykového vzdělávání .....	10
3.4	Lektor cizího jazyka.....	10
3.5	Přístupy k jazykovému vzdělávání .....	11
3.5.1	Individuální výuka.....	11
3.5.2	Jazykové skupiny.....	11
3.5.3	Jazykové stáže .....	11
3.6	Jazykové úrovně .....	12
3.7	Motivace zaměstnanců k učení se cizímu jazyku .....	12
3.7.1	Finanční motivace, čas .....	13
3.7.2	Užitečnost získaných znalostí.....	13
3.7.3	Kvalifikace .....	13
3.8	Faktory ovlivňující motivaci.....	13
3.8.1	Posilování sebevědomí .....	14
3.8.2	Vnější motivace .....	15
3.8.3	Osobní motivace .....	15
3.8.4	Kvalita výuky .....	15
3.8.5	Studijní prostředí .....	15
3.8.6	Hygiena vyučovacího procesu.....	16
3.8.7	Podpora nadřízených .....	17
3.8.8	Výukové prostředky .....	17
3.9	Benefity.....	18
3.9.1	Charakteristika zaměstnaneckých benefitů .....	18
3.9.2	Zaměstnanecké benefity a jejich daňové dopady v roce 2023 .....	19
3.9.3	Konsolidační balíček – změny benefitů pro rok 2024.....	19
3.9.4	Důvody financování jazykového vzdělávání zaměstnavatelem .....	20
3.9.5	Ochota zaměstnanců platit si výukové kurzy z vlastních zdrojů.....	20



<b>4</b>	<b>Empirická část práce .....</b>	<b>22</b>
4.1	Společnost Actum, s.r.o. ....	22
4.1.1	O společnosti .....	22
4.1.2	Kultura firmy .....	22
4.1.3	Formy a čas na jazykové kurzy .....	23
4.1.4	Financování lektorů .....	23
4.2	Cíl výzkumu.....	24
4.2.1	Hypotézy a jejich podmínky.....	24
4.2.2	Cílová otázka k rozhovoru.....	25
4.3	Kvalitativní část výzkumu .....	25
4.3.1	Charakteristika respondentů .....	25
4.3.2	Rozbor výsledků z dotazníku .....	26
4.4	Kvantitativní část výzkumu .....	36
4.4.1	Charakteristika respondenta .....	36
4.4.2	Průběh rozhovoru .....	36
4.4.3	Zpracování rozhovoru se zakladatelem firmy Actum, s.r.o. ....	36
<b>5</b>	<b>Zhodnocení a doporučení .....</b>	<b>39</b>
5.1	Shrnutí dotazníkového šetření .....	39
5.2	Výsledky hypotéz .....	39
5.3	Vyhodnocení rozhovoru .....	41
5.4	Návrhy možného řešení .....	42
<b>6</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>43</b>
<b>7</b>	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>44</b>
<b>8</b>	<b>Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk .....</b>	<b>46</b>
8.1	Seznam obrázků .....	46
8.2	Seznam tabulek .....	46
8.3	Seznam grafů .....	46
	<b>Přílohy.....</b>	<b>47</b>

# 1 Úvod

Znalost cizího jazyka se v dnešní době stává klíčovým prvkem v mezinárodním podnikání a také v komunikaci uvnitř firem, kde jsou zaměstnáni pracovníci ze zahraničí. Firmy se neustále potýkají se zvýšeným zájmem o efektivní komunikační prostředí, které zvyšuje šance na lepší mezinárodní komunikaci a podnikání a zaměřují se na jazykové vzdělávání pro zaměstnance. Ti se díky rozšířeným znalostem mohou podílet na zahraničních projektech, lépe spolupracovat a komunikovat s kolegy, partnery a zákazníky z různých kulturních prostředí.

S cílem posílit motivaci zaměstnanců a podpořit lepší pracovní výkony implementují firmy různé benefity. Mezi tyto výhody lze zařadit jazykové vzdělávání, stravenky, slevy v bistro, Multisport kartu a další. Tyto aspekty budou podrobněji rozepsány v rámci bakalářské práce.

V rámci studijního oboru ekonomika a management má tato práce rovněž ekonomický význam. Efektivní jazyková komunikace ovlivňuje výkonnost jednotlivců a týmů, což má přímý dopad na produktivitu a konkurenceschopnost organizace. Investice do jazykového vzdělávání zaměstnanců tak může vést ke zlepšení výsledků a ziskovosti společnosti v mezinárodním prostředí.

Bakalářská práce je zaměřena na důležitost jazykového vzdělávání Čechů ve společnosti Actum, s.r.o. Analýza jazykového vzdělávání v rámci této společnosti umožní porozumět podstatným aspektům, které jsou důležité pro úspěšné zařazení firmy do mezinárodního pracovního prostředí a také osvětlí vliv jazykového vzdělávání na výkonnost zaměstnanců a mezilidské vztahy ve firmě, kde se nacházejí zaměstnanci různých kultur.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl**

Cílem bakalářské práce je detailněji popsat vzdělávání v cizím jazyce a faktory, které ho mohou ovlivnit. V této práci jsou rozepsány faktory, přístupy a kompetence, které blíže objasní vzdělávání jako celek. Současně je cílem posoudit pomocí výzkumu vnímání jazykového vzdělání ze strany zaměstnanců a zaměstnavatele. Výzkum bude prováděn analýzou a hodnocením příslušných výsledků, které zahrnují dotazníkové šetření a rozhovor s představitelem firmy. Bakalářská práce je konkrétně zaměřena na identifikaci potřeb zaměstnanců a zajištění pohledu ze strany zaměstnavatele.

### **2.2 Metodika**

#### **2.2.1 Kvantitativní analýza**

Pro získání kvantitativních dat o jazykovém vzdělávání zaměstnanců ve společnosti Actum, s.r.o. bude proveden dotazníkový průzkum. Dotazník bude distribuován mezi vybrané zaměstnance společnosti s důrazem na ty, kteří se účastní mezinárodních projektů, zahraničního obchodu, a také na firemní týmy, které jsou složeny ze zahraničních zaměstnanců.

#### **2.2.2 Kvalitativní analýza**

V rámci metodologie bakalářské práce bude proveden průzkum pomocí rozhovoru se spoluzakladatelem společnosti. Tato část průzkumu poskytne obecný přehled o postoji vedení firmy ke komunikaci v cizím jazyce a jeho ekonomickým dopadům.

## **3 Teoretická část práce**

### **3.1 Obecná charakteristika podnikového vzdělávání**

Podnikové vzdělávání je vnímáno jako součást personální činnosti. Pokud firma vzdělává své zaměstnance, dokazuje tím, že si jich váží a podporuje je v růstu. Dále všem zaměstnancům ukazuje širší perspektivu z pohledu vyšší kvalifikace a tím i konkurenceschopnosti na trhu. Pokud firma podporuje své zaměstnance v rozvoji, přispívá tím ke zkvalitňování a zvyšování efektivity vnitřních procesů a k rozvoji podniku jako celku (10, s. 79).

### **3.2 Jazykové vzdělávání**

Podle Armstronga je vzdělávání a rozvoj definován jako proces, díky kterému se v dané firmě dostane požadované znalostní a kvalifikované pracovní síly. Podstatou vzdělávání, a tedy i jazykového vzdělávání, je pomocí daných metod a zkušeností zajistit získání znalostí a dovedností jednotlivce či skupiny (1, s. 335–336).

### **3.3 Význam jazykového vzdělávání**

Jazykové vzdělávání má v dnešní době velký význam a může přinést mnoho výhod pro společnost, komunikaci ve firemním prostředí, ale i pro získání potenciálních zahraničních obchodů. V dnešní moderní společnosti je to bráno jako samozřejmost. Anglický jazyk se stává obecně nejpoužívanějším a usnadňuje nám v mnoha věcech komunikaci. Dnes už není neobvyklé, že jsme obklopeni anglickými, nebo česko-anglickými výrazy. V mnoha českých firmách můžeme nalézt zahraniční zaměstnance, kteří nejsou povinni mluvit plynně česky, ale stačí jim základní znalost českého jazyka, doprovázeného znalostí anglického. Díky této znalosti z obou stran dochází k lepší komunikaci mezi kolegy v zaměstnání a tím se udržuje lepší mezikulturní komunikace. Současně se snižuje riziko nedorozumění. Dobrá úroveň anglického jazyka zajistí nejen lepší pracovní pozici ve firmě, ale i lepší pracovní příležitosti v zahraničí (12, s. 96).

### **3.4 Lektor cizího jazyka**

Lektory cizích jazyků jsou osoby, které mají jisté teoretické znalosti v oboru cizích jazyků. Podmínkou by mělo být vysokoškolské vzdělání v daném oboru a znalost andragogiky.

V ideálním případě je lektorem rodilý mluvčí. Jejich úkolem je předat své znalosti takovou formou, aby je mohl zaměstnanec využít v praxi. Konkrétně se jedná o schopnost čtení, psaní a konverzace v cizím jazyce (5, s. 12).

### **3.5 Přístupy k jazykovému vzdělávání**

Jazykové kurzy jsou jednou z nejčastějších forem vzdělávání ve firmách. Níže jsou uvedeny různé varianty kurzů, které mají různé přístupy, počet účastníků a jiný způsob předávání informací. Je důležité brát v potaz, že jazykové vzdělávání každému vyhovuje jinou formou studia a je důležité zjistit potřeby daného jedince, než bude zařazen k příslušné formě výuky.

#### **3.5.1 Individuální výuka**

Individuální výuka neboli samostudium je jedním z nejdůležitějších přístupů ke studiu cizího jazyka. Přípravuje-li se zaměstnanec správně a procvičuje si učební látku, jeho vzdělávání je efektivnější a pro lektora snazší postupovat ke složitějším úrovním vzdělávání (4, s. 27). V tomto přístupu výuky je důležitý důraz na výuku právě s jedním studentem (zaměstnancem). Tato forma umožňuje zaměstnanci vzdělávat se svým tempem a pro lektora dává prostor k individuálnímu nastavení a přípravě podkladů pro výuku (19, s. 49).

#### **3.5.2 Jazykové skupiny**

U skupiny hraje důležitou roli kvalita skupiny jako taková. V ideálním případě je potřeba vytvořit skupiny, které jsou rozděleny podle daných kritérií. Nejlepší rozdělení zaměstnanců je prostřednictvím rozřazovacích testů, podle úrovně znalostí slovní zásoby a konverzace v cizím jazyce. Pokud budou ve skupinách zařazeni zaměstnanci podobných znalostí, může to vést k efektivnějšímu pochopení látky a plynulejším rozhovorům v cizím jazyce. Výhodou vzdělávání ve skupinách je kombinace různých osobností. Extroverti se budou více angažovat do výuky, a tím mohou pomoci studentům, kteří jsou ve výuce pasivnější (4, s. 17).

#### **3.5.3 Jazykové stáže**

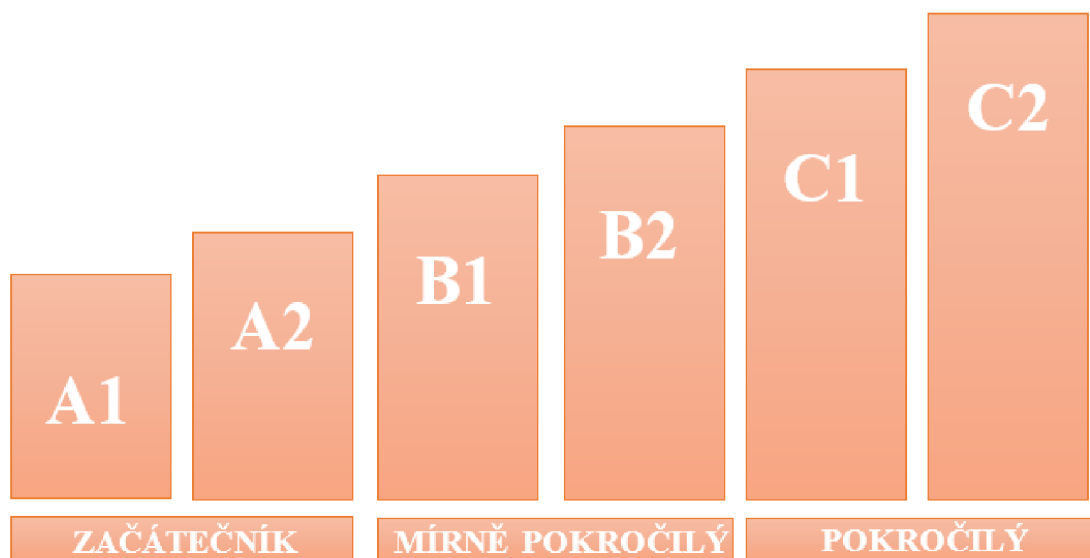
Tuto metodu lze uplatnit až ve fázi, kdy se zaměstnanec dokáže prokázat určitými znalostmi jazyka. Je potřeba ovládat psaní, ale i konverzaci v cizím jazyce. Díky těmto stážím se zaměstnanec dostane do zahraniční firmy, kde se může uplatnit na stejné pozici. Očekává se od něj porozumění v rodném jazyce. V tomto případě se jedná o anglický jazyk. Kromě toho

má více možností potkat se s kolegy v cizí zemi a případně zahraničními partnery a rozvíjet se ve vzdělávání cizího jazyka na jiné úrovni (4, s. 17).

### 3.6 Jazykové úrovně

Dokument, který vytvořila Rada Evropy, je nazýván jako „Společný evropský referenční rámec pro jazyky“. Jedná se o dokument, který rozděluje anglický jazyk do tří úrovní a dále se dělí do šesti stupňů, které jsou znázorněny níže na obrázku 1. Každý stupeň znázorňuje míru jazykové kompetence, ve které jsou zahrnuty tři důležité formy: porozumění mluvenému slovu, konverzace a psaní. Tento dokument je základem pro tvorbu učebnicového materiálu, jazykových sylabů a zkoušek po celé Evropě. V České republice hraje rámec klíčovou roli při vytváření Rámcových vzdělávacích programů, popisuje, co by studenti měli ovládat a jaké znalosti by měli dále rozvíjet (7).

Obrázek 1 – Přehled jazykových úrovní



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

### 3.7 Motivace zaměstnanců k učení se cizímu jazyku

Motivace zaměstnanců k učení se cizímu jazyku je klíčová pro úspěšné jazykové vzdělávání ve firmách. A současně je důležitým faktorem jejich správné využití a volba správných motivačních nástrojů (9, s. 24). Vyjadřuje vnitřní touhu a vůli chtít dosáhnout určitého cíle nebo výsledku, který vede k naplnění nastavené hranice (8, s. 55).

Podle délky a intenzity dané motivace je možné rozdělit motivaci do dvou skupin:

- 1) krátkodobá motivace, která je viditelná například u žáků základní školy, nebo dětí. Je to motivace velice intenzivní, ale krátká z pohledu času (6, s. 18).
- 2) dlouhodobá motivace, která je typická pro starší nebo dospělé jedince. Zde je potřeba nad danou motivací k učení přemýšlet, být schopen si odeprít například volnočasovou aktivitu a být cílevědomý k danému učení. Vše závisí na samotném jedinci (6, s. 18).

### **3.7.1 Finanční motivace, čas**

Jedná se o motivaci, která naplňuje nejvyšší uspokojení. Lze ji nalézt ve formě finanční odměny nebo bonusů (9, s. 24). Odměna je získána za splnění vlastních úkolů a včasné odevzdání zadané práce (21, s. 16). Vhodnou motivací může být také vhodně využitý čas. Pokud je zaměstnanci nabídnuta možnost vzdělávání přímo v sídle firmy, nebo v pracovní době, tak se motivace zvyšuje (9, s. 24).

### **3.7.2 Užitečnost získaných znalostí**

Jedná se o motivaci, kterou zaměstnanec nemohl doposud na pracovišti využít. Pokud dojde ke zlepšení v komunikaci cizího jazyka, tak ji zaměstnanec využije např. v psané formě (e-mail), nebo mluvené formě (komunikace s kolegy, klienty). To jde ruku v ruce se sebevědomím zaměstnance, který pak předvádí lepší výkony a může vést i ke kariérnímu růstu. Pokud zaměstnanec načerpá více jazykových znalostí, může se následně více angažovat na mezinárodních projektech, pracovat v zahraniční pobočce, nebo se účastnit mezinárodních konferencí (9, s. 25–26).

### **3.7.3 Kvalifikace**

Motivace založená na kvalifikaci umožňuje zaměstnanci po splnění určitých podmínek získat certifikát o jeho absolvování, který lze uplatit i mimo firemní prostředí, lze ho uvést v životopise a současně mu to může přinést i jednorázové bonusy. Po domluvě se zaměstnavatelem může dojít k uhrazení daného kurzu právě zaměstnavatelem (9, s. 25–26).

## **3.8 Faktory ovlivňující motivaci**

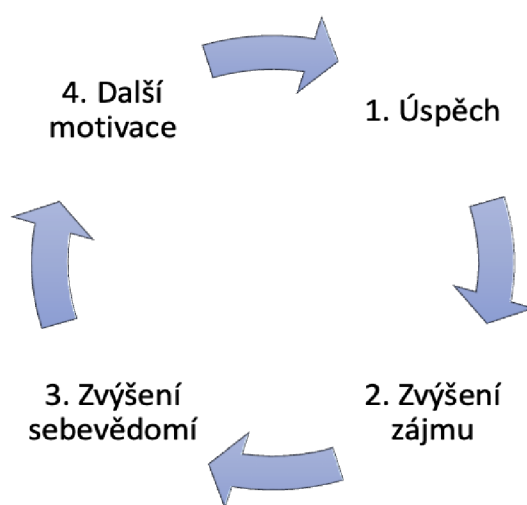
Každý faktor má určitou váhu a pro každého z nás je její výše individuální. Důležitými pojmy jsou v tomto ohledu motivy a stimuly, díky kterým lze vykonat určitou činnost.

Důležité je mezi nimi rozeznat rozdíly. Motivy vycházejí z nás (vnitřní) a stimuly se projevují působením na nás samotné (zvenčí). Je důležité si uvědomovat rozdíly mezi těmito procesy, ale také je potřeba brát v potaz návaznost těchto dvou procesů na sebe navzájem. K dosažení nejlepších výsledků je důležitý správný poměr motivace a stimulu (6, s. 173–176). Pro zaměstnance, kteří mají dostatek motivace, je potřeba zvážit výši stimulu (např. odměn). Dojde-li k nepoměru těchto dvou procesů a dojde-li k nadměrnému množství stimulu nad motivací zaměstnance, může se to odrazit na jeho výsledcích, např. v případě, že by byla práce vykonávána pouze z důvodu obdržení finanční odměny, stává se velmi krátkodobou a neefektivní. V podkapitolách níže jsou rozepsány jednak jednotlivé faktory, které ovlivňují motivaci a stimulují nás k nějaké aktivitě a jednak detailnější pohled na ně samotné (20, s. 22).

### 3.8.1 Posilování sebevědomí

Dalším důležitým faktorem u motivace je posílení sebevědomí. Názorně je to zobrazeno níže na obrázku 2 nazvaném „Kruh úspěchu“, který ukazuje fáze posílení sebevědomí. Vzdělávání se v cizím jazyce v pravidelných intervalech zajišťuje dobré výsledky. Tím je například dobrá zpětná vazba od lektora nebo dobré výsledky z testu dané látky. Pokud se nám něco daří, dojde k většímu zájmu, protože se automaticky člověk cítí dobře, tím pádem máme zvýšené i sebevědomí. Máme motivaci studovat dále s větším zájmem (6, s. 20).

Obrázek 2 – Kruh úspěchu



Zdroj: Vlastní zpracování, 6, 2009



### **3.8.2 Vnější motivace**

Tento faktor bývá nejčastějším motivátorem k učení se cizímu jazyku. Většinou se jedná o potřebu ocenění či pochvaly za posun v učení jazyka. Tato motivace je vykonávána pod vlivem sociálně společenské situace. Nejčastěji motivaci ovlivňuje výše finančního ocenění, kariérní růst nebo získání certifikátu (4, s. 16).

### **3.8.3 Osobní motivace**

V případě zájmu o osobní zlepšení, které lze uplatnit jak v práci, tak i v kolektivu se jedná o osobní motivaci. Jako motivace může sloužit i samotné vzdělávání se, které některým zaměstnancům stačí (6, s. 23).

### **3.8.4 Kvalita výuky**

Nabídnout zaměstnancům vzdělávání, které přispěje k jejich profesnímu i osobnímu rozvoji, je klíčové. Z pracovní perspektivy je důležité poskytnout zaměstnancům možnost vzdělávání, které jim umožní úspěšnou komunikaci se zahraničními klienty a potenciálními partnery. Schopnost efektivně komunikovat v jazyce, který je při jednání s klienty na schůzce zásadní, může významně ovlivnit budoucí spolupráci a případně přispět k získání nového klienta (4, s. 26).

Kvalita vzdělávání je rovněž spojena s připraveností lektora na probírání konkrétní látky a zaměřuje se nejen na základy angličtiny. Takové komplexní vzdělání je poskytováno s cílem zajistit, že firma bude úspěšně reprezentována zaměstnanci v mezinárodním prostředí a budou jim poskytnuty potřebné nástroje k budování a udržování vztahů se zahraničními partnery (4, s. 26).

### **3.8.5 Studijní prostředí**

Vhodné studijní prostředí je pro kvalitu výuky a pro motivaci studentů důležité. Zaměří-li se firma na adekvátně velké místnosti, přirozené osvětlení, kvalitní větrání a klid, bude to pozitivně ovlivňovat výukový proces a koncentraci studentů. Díky těmto faktorům se studenti lépe motivují a mohou rozvíjet své schopnosti. Ideální jsou vyhrazené zasedací místnosti určené přímo pro výuku, kde nejsou studenti rušeni (4, s. 49).

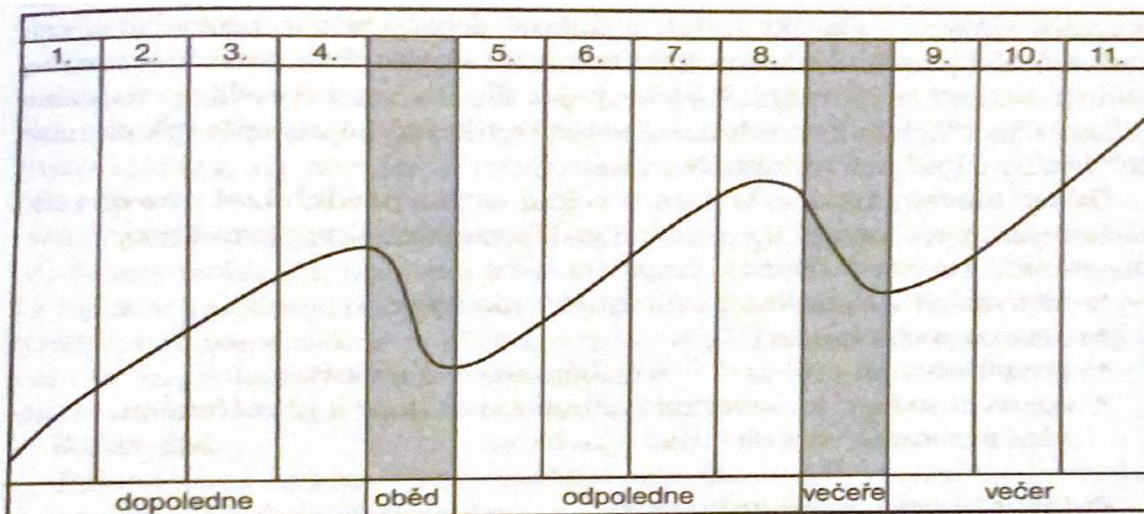
### 3.8.6 Hygiena vyučovacího procesu

Pod pojmem hygiena vyučovacího procesu je myšlen soubor opatření a pravidel, který zajistí, aby se vzdělávaný student necítil příliš unavený, byl efektivní ve svém vzdělávání a cítil se dobře. Hlavní rysem je duševní zdraví, které je ovlivněno únavou. Únava je charakteristická poklesem výkonnosti jednotlivce. Pokud je vzdělávání součástí pracovní doby, je velice těžké dokázat udržet rovnováhu mezi prací a studiem a soustředit se v danou chvíli na studium jazyka (4, s. 61).

Mezi příčiny únavy a vyčerpanosti může patřit příliš dlouhý čas strávený studiem jazyka, nebo špatně zvolený čas pro studium (např. ve večerních hodinách). Dále sem patří i nepřiměřená intenzita činnosti. To znamená, že student je v danou chvíli přehlcen informacemi a novými poznatky, které není schopen v krátkém časovém rozpětí udržet v mysli (4, s. 62).

Únavu lze oddálit pomocí určitých kroků, kterými jsou přizpůsobení tempa přednášení dané lekce, zkrácení výukových bloků na přiměřený čas, kdy je člověk schopen se ještě soustředit a plnohodnotně udržet nově získané informace, omezení rušivých elementů v okolí, jako jsou hluk z okolí nebo kolegové. Důležitým krokem pro získání lepších výsledků je dodržení denní křivky výkonnosti, která ovlivňuje aktivitu a efektivitu práce. Obecný přehled denní výkonnostní křivky je uveden na obrázku 3 níže. Zde je názorně ukázáno, že studentova výkonnost stoupá dopoledne do oběda, následně dochází k útlumu a není doporučeno plánovat výukový blok těsně po obědové pauze. Pokud si student nestihne výuku naplánovat dopoledne, nebo mu to nedovolí pracovní vytíženost, tak je potřeba využít druhou vlnu. Ta nám opět stoupá před večeří, ale pak dochází opět k poklesu. Je důležité si uvědomit, že každý z nás má denní rytmus a jeho efektivní bloky jiné. Doporučeno je tedy nejdříve zjistit, které části dne jsou nejvhodnější pro studium cizího jazyka a podle toho rozvrhnout studijní bloky na každý den (4, s. 62–63).

Obrázek 3 – Denní křivka výkonnosti



Zdroj: 4, 2004

### 3.8.7 Podpora nadřízených

Dalším důležitým faktorem je podpora nadřízených. Ať už se jedná o například o studium vysoké školy při zaměstnání, tak i učení se cizímu jazyku u zaměstnanců ve firmě. Pokud má zaměstnavatel za cíl podpořit své zaměstnance při výuce cizího jazyka, např. zaplacením externích lektorů a možností vzdělávání v pracovní době, tak to může ovlivnit motivaci k učení. Čím více zaměstnanců se zapojí do zlepšení dovedností v cizím jazyce, tím víc ho mohou využít v jednání s klienty a zahraničními partnery. Přínos je tedy oboustranný a dochází k vzájemné spokojenosti.

### 3.8.8 Výukové prostředky

Tato podkapitola je zaměřena na hmotné výukové prostředky, které napomáhají lektorovi zjednodušit výuku a zároveň udržet pozornost studentů. Takové pomůcky jsou dobrou oporou pro výklad a mluvené slovo. Díky nim si studenti dovedou lépe vizualizovat probíranou látku. Způsoby přijímání informací pomocí vjemu jsou znázorněny v tabulce 1 (4, s. 36).

Tabulka 1 – Příjem informací pomocí vjemů v %

Přijímání informací	87	očíma
	9	ušima
	4	jinými smysly

Zdroj: Vlastní zpracování, 4, 2004

Výukové prostředky jsou rozděleny do dvou skupin, a to na výukové pomůcky a technické prostředky. Do výukových pomůcek jsou zařazeny pomocné materiály, učebnice, knihy a jiné zdroje, které pomohou k čerpání informací při výuce. Oproti tomu technické pomůcky jsou využity jako zdroj předání informací. Jedná se tedy o pomůcky, které lektor využije pouze ke zprostředkování informací, nikoliv jako zdroj. Můžeme tam zařadit například tabuli, flip-chart, projektor nebo počítač (4, s. 34–38).

### 3.9 Benefity

#### 3.9.1 Charakteristika zaměstnaneckých benefitů

Zaměstnanecké benefity je možné definovat jako dobrovolné benefity. Znamená to tedy, že zaměstnavatel poskytuje svým zaměstnancům výhody, a to v situaci, kdy finanční situace společnosti umožňuje takové dávky, nebo kdy jsou tyto výhody sjednány například v rámci kolektivní smlouvy (12, s. 175). Může se jednat o formu peněžitou i nepeněžitou. Zaměstnavatel umožňuje poskytnutí benefitů nad rámec sjednané mzdy, které následně zlepšují motivaci a spokojenost zaměstnanců ve společnosti (17, s. 1).

Zaměstnanecké benefity lze rozdělit do více skupin. Níže jsou uvedeny některé z nich:

1. potraviny a nápoje;
2. ubytování a doprava;
3. poskytnutí služebního vozidla i pro soukromé účely;
4. sport, kultura a rekreace;
5. penzijní připojištění;
6. vzdělání a předškolní zařízení;
7. zdravotní a obdobné služby a zboží;
8. dary a další bezúplatná plnění;
9. pracovní podmínky nad rámec zákoníku práce.

Vzhledem k tomu, že u zaměstnaneckých benefitů se klade důraz na rovnováhu pracovního a soukromého života, tak jsou nedílnou součástí benefitů volnočasové aktivity. Tyto aktivity většinou zahrnují sportovní aktivity, ale může se jednat i o relaxační požitky. Rozmanitost těchto možností závisí na zaměstnavateli (17, s. 2).

### **3.9.2 Zaměstnanecké benefity a jejich daňové dopady v roce 2023**

Při posouzení zdanění benefitů je nutné si uvědomit, že daňové důsledky vznikají jak na straně zaměstnavatele, tak i na straně zaměstnance. Zaměstnavatel se musí rozhodnout, zda jsou benefity daňově uznatelné, zatímco zaměstnanec se potýká s otázkou, zda jsou jeho benefity zdaněny nebo osvobozeny od daně z příjmu. Mimo daně z příjmu fyzických osob je potřeba brát v úvahu také sociální a zdravotní pojištění, a to jak u zaměstnavatele, tak u zaměstnance. V neposlední řadě je důležité vědět, že zdanění se vztahuje nejen na poskytovatele benefitů, ale i na třetí strany, tedy i na zaměstnance jiných zaměstnavatelů (16, s. 19).

### **3.9.3 Konsolidační balíček – změny benefitů pro rok 2024**

Od 1. ledna 2024 vstoupily v platnost změny ve financování zaměstnaneckých benefitů. Tento důležitý krok ovlivní celkový rámec poskytovaných výhod. Největší změna z pohledu zaměstnaneckých benefitů spočívá v tom, že některé z nich již nejsou na straně zaměstnance osvobozené od daně (ani zdravotní a sociální pojištění) a na straně zaměstnavatele se stávají daňově uznatelným nákladem (16, s. 44). Dále bude také zrušen odpočet na úhradu zkoušek ověřující výsledky dalšího vzdělávání (22, s. 1).

*„Konsolidační balíček mění pravidla v oblasti osvobození nepeněžních zaměstnaneckých benefitů. Jak se daní zaměstnanecké benefity? Podle aktuální právní úpravy byly tyto nepeněžité benefity na straně zaměstnance zcela osvobozeny, a to za podmínky, že daný benefit splnil účel, a v případě rekreace a zájezdů za rok nepřekročil 20.000 Kč (13, s.1).“*

*„Od příštího roku bude vrchní hranice osvobození nepeněžních zaměstnaneckých benefitů ve výši poloviny průměrné měsíční mzdy. Pokud bude limit překročen, bude částka nad hranicí zdanitelným příjmem na straně zaměstnance a daňově uznatelným nákladem na straně zaměstnavatele (13, s. 1).“*

### 3.9.4 Důvody financování jazykového vzdělávání zaměstnavatelem

Pro firmu Actum, s.r.o. je strategickým krokem zahrnutí financování jazykového vzdělávání zaměstnanců zejména v anglickém jazyce. Tato investice bude přínosem pro společnost, která má primárně zahraniční klienty a realizuje většinu interní komunikace v anglickém jazyce. Následující body ilustrují klíčové body:

1. **Komunikace se zahraničními klienty:** Zaměstnanci, kteří mají skvělé jazykové znalosti, budou lépe komunikovat se zahraničními klienty, což může usnadnit celkovou komunikaci, náklonnost klienta a ušetření času, jelikož není nutné práci převést na někoho se zdatnější jazykovou schopností.
2. **Profesionální přístup:** Vzhledem k tomu, že anglický jazyk je nejpoužívanějším jazykem na světě, tak je důležité tento jazyk ovládat na co nejvyšší úrovni. Vysoká jazyková úroveň může pak zajistit profesionální přístup firmy a možnost zvýšení konkurenceschopnosti na trhu.
3. **Komunikace ve firmě:** Díky financování jazykového vzdělávání může zaměstnavatel podpořit růst firemní kultury a komunikaci mezi zaměstnanci. Tím mohou být pevnější vazby ve firmě, které pak ovlivní kvalitu práce.

### 3.9.5 Ochota zaměstnanců platit si výukové kurzy z vlastních zdrojů

V praktické části práce v rámci dotazníkového šetření bylo zahrnuto toto téma na konkrétní otázku týkající se ochoty zaměstnanců samostatně si hradit náklady na výukové kurzy. Níže uvedené body mohou sehrát klíčovou roli při rozhodování zaměstnanců o financování jazykových kurzů z vlastních zdrojů:

1. **Mzda zaměstnanců:** Pokud budou zaměstnanci firmy dostatečně finančně ohodnoceni, může stoupat ochota hradit si jazykové vzdělávání z vlastních peněz. Oproti tomu zaměstnanci, kteří budou mít nízký příjem, nebudou tolik ochotni financovat své vzdělávání. Může to pro zaměstnance představovat velkou finanční zátěž, nebo nepravidelné docházení na lekce, a tedy snížení efektivity vzdělávání.
2. **Benefity vzdělávání:** Vyšší ochota hradit si jazykové vzdělávání může být u zaměstnanců, kteří očekávají kariérní růst a znalost jazyka má vliv na jejich práci a úspěchy. Současně je zde důležitým prvkem i osobní rozvoj.
3. **Podpora firmy:** Firma může hrát významnou roli pro motivaci zaměstnanců. Pokud bude firma schopna nabízet výhody, jako jsou slevy na jazykové vzdělání, flexibilní

pracovní dobu, případně se podílet na financování lekcí, tak to může ovlivnit rozhodnutí, zda budou zaměstnanci ochotni investovat do svého vzdělávání.

## 4 Empirická část práce

### 4.1 Společnost Actum, s.r.o.

#### 4.1.1 O společnosti

Společnost Actum, s.r.o. byla založena 25. listopadu 1996. Původně měla dva zakladatele, v současné době má pouze jednoho zástupce firmy. Jedná se o jednu z největších českých firem v Evropě, která je zaměřená na digitalizaci. Přesto se jedná o rodinnou firmu, která má aktuálně kolem 300 zaměstnanců. Hlavní sídlo firmy je v Praze. Firma působí ještě ve třech evropských pobočkách (15).

#### 4.1.2 Kultura firmy

Ve firmě Actum, s.r.o. je přikládán velký význam definovaným hodnotám, které jsou zásadní pro utváření firemní kultury. Tyto hodnoty jsou pečlivě stanoveny a slouží jako směrnice pro každodenní rozhodování a chování (15).

Hlavní hodnoty:

1. **Víra v lidi:** V rámci této hodnoty je vkládána důvěra všem zaměstnancům firmy. Tímto je zdůrazňována jejich schopnost samostatného rozhodování a podporováno vyjádření vlastních názorů.
2. **Tvorba partnerských vztahů:** Partnerství je pro firmu velmi důležitým aspektem firemní kultury. Důvěra v kvalitní vztahy s kolegy i klienty vede k dosahování optimálních výsledků.
3. **Vedení zaměstnanců:** Jsou respektovány různorodé perspektivy zaměstnanců, přičemž je uznáváno, že každý vnímá svou roli ve firmě odlišně. V důležitých záležitostech je nezbytné umět se rozhodovat a případně vést své podřízené a kolegy.
4. **Flexibilita a pracovní prostředí:** Firma Actum, s.r.o. aktivně usiluje o poskytování flexibilních pracovních podmínek. Zaměstnancům ze zahraničí nabízí možnost práce z domova, zatímco českým zaměstnancům poskytuje řadu benefitů, včetně nové kavárny, zasedacích místností, tzv. phone booths a čerstvého ovoce na pracovních stolcích, aby podpořila jejich účast v kanceláři (15).



### **4.1.3 Formy a čas na jazykové kurzy**

Ve firmě se primárně využívají lekce anglického jazyka pro jednotlivce, které poskytují lektoři, z nichž dva jsou rodilí mluvčí. Jejich výukové hodiny jsou individuální a zahrnují pravidelně vyhrazený čas pro zaměstnance, kteří mají zájem o vzdělávání. Každý zaměstnanec má možnost zvolit si buď 60minutovou, nebo 45minutovou lekci jednou týdně. Tyto doučovací hodiny jsou dobrovolné, a každý zaměstnanec má svobodu rozhodnout se, zda se chce zapojit do vzdělávacího procesu.

Tato flexibilita výuky nabízí zaměstnancům výhodu v možnosti úspory financí, získání nových znalostí a eliminaci ztráty času spojené s dojížděním na externí kurzy. Zaměstnanci mají možnost volby formy studia, a to nejen ve smyslu délky lekce, ale také v rámci obsahu. Mohou se zaměřit na procvičování mluveného a psaného projevu či se specializovat na oblasti jako „business English“. Výuka probíhá v rámci pracovní doby, což umožňuje efektivní spojení profesních povinností se vzděláváním.

Na rozdíl od stávajících lekcí, které se zaměřují převážně na individuální výuku, společnost v současné době neposkytuje skupinové lekce německého jazyka. Přidání této možnosti by však mohlo být inspirativní pro interaktivní konverzaci a efektivnější využití času v rámci vzdělávacích aktivit. Tato nová dimenze ve formě skupinových lekcí by mohla přinést obohacení do vzdělávacího prostředí a podpořit kolektivní atmosféru, což by mohlo vést k lepšímu sdílení znalostí a vzájemné inspiraci mezi zaměstnanci. Možnost účasti na skupinových lekcích by tak mohla přinést další benefit pro zaměstnance a rozšířit spektrum dostupných vzdělávacích formátů.

### **4.1.4 Financování lektorů**

Ve firmě jsou lektoři považováni za plnohodnotné zaměstnance, což znamená, že jejich výběr a zařazování do týmu jsou zřizovány personálním oddělením (HR). Každý lektor má stanovené specifické pracovní úkoly a odpovědnosti, které jsou pečlivě definovány v jeho pracovní smlouvě. V současné době má firma možnost zaměstnávat sedm jazykových lektorů.

Je potřeba brát v potaz, že všichni lektoři pracují v pozici dodavatelů. V případě anglického jazyka jsou lektoři individuálně najímáni na základě smluvní dohody, zatímco pro němčinu a češtinu se spolupracuje se specializovanou jazykovou firmou, s níž je uzavřena smlouva. Tato různorodost v pracovních modelech umožňuje flexibilitu pro pokrytí potřeb firemního

vzdělávání a zároveň využívá odborné znalosti externích firem. V tabulce 2 je znázorněn současný přehled počtu lektorů a způsob jejich spolupráce s firmou Actum, s.r.o. Tato data byla získána pouze pro potřebu této práce pomocí personálního oddělení.

Tabulka 2 – Přehled jazykových lektorů a jejich smluvního uspořádání

Jazyk	Počet lektorů	Forma dodání	Smlouva
Anglický jazyk	3	Zřízeno firmou	Smluvní dohoda
Německý jazyk	2	Spolupráce s externí firmou	Smlouva s jazykovou firmou
Český jazyk	2	Spolupráce s externí firmou	Smlouva s jazykovou firmou

Zdroj: Vlastní zpracování (personální oddělení firmy), 2024

## 4.2 Cíl výzkumu

Cílem bakalářské práce je systematicky zkoumat a analyzovat názory zaměstnanců společnosti Actum, s.r.o., týkající se jazykového vzdělávání. Práce se zaměřuje na zhodnocení pohledu zaměstnanců na aktuální stav v oblasti jazykového vzdělávání ve firmě a jeho vlivu na pracovní život zaměstnanců. Cílem bylo získat komplexní pohled na efektivitu současného vzdělávacího prostředí ve firmě. Pro úspěšné provedení výzkumu byly stanoveny čtyři hypotézy, ke kterým byly stanoveny podmínky, které byly vázány na konkrétní otázky v dotazníkovém šetření a byly pečlivě vybrány pro získání relevantních informací týkajících se tématu bakalářské práce. Tyto hypotézy sloužily jako měřítko pro potvrzení či zamítnutí platnosti formulovaných hypotéz.

Na základě získaných poznatků měla bakalářská práce za cíl navrhnout přístupy a možnosti výuky, které by mohly zlepšit efektivitu jazykového vzdělávání a zároveň usnadnit proces učení zaměstnanců. Tato doporučení měla být formulována s ohledem na individuální potřeby zaměstnanců a vedoucí k vytvoření prostředí, které podporuje efektivní a přínosné vzdělávání v rámci firemního prostředí. Práce tak směřovala k poskytnutí konkrétních doporučení pro optimalizaci jazykového vzdělávání ve společnosti Actum, s.r.o. a k dosažení vyšší spokojenosti a motivace zaměstnanců v této oblasti.

### 4.2.1 Hypotézy a jejich podmínky

**Hypotéza č. 1:** Více než polovina tázaných zaměstnanců vyvíjí své jazykové dovednosti v anglickém jazyce na týdenní bázi a současně dosahuje minimální úrovně B2 a výše.

**Podmínky:** Hypotéza č. 1 bude považována za potvrzenou, pokud odpovědi na otázku č. 1 dosáhnou minimálně 50 % pro kategorii „Týdně“ a současně bude na otázku č. 4 získáno nejvíce odpovědí v anglickém jazyce na úrovních B2–C2 z celkového počtu odpovědí.

**Hypotéza č. 2:** Zaměstnanci firmy Actum, s.r.o. by byli ochotni financovat jazykové vzdělávání z vlastních zdrojů.

**Podmínky:** Hypotéza č. 2 bude potvrzena za předpokladu, že na otázku č. 7 respondenti odpoví „Ano“, a to minimálně v 65 % z celkového počtu tázaných respondentů. Současně respondenti odpoví pozitivně na otázku č. 10 ve 40 % pro „Ano“ k otázce ohledně financování jazykového vzdělávání z vlastních zdrojů. Poslední podmínkou pro potvrzení hypotézy č. 3, ve které respondenti odpověděli ve 30 % na „interní školení a workshopy“.

**Hypotéza č. 3:** Zaměstnanci přikládají velkou váhu jazykovému vzdělávání a jeho vlivu na pracovnímu úspěch.

**Podmínky:** Hypotéza bude potvrzena za předpokladu, že odpovědi na otázku č. 2, která byla zaměřena na poměr pracovního času ke vzdělávání respondenti zvolil kategorii „11–15 %“ a musí dosáhnout minimálně 40 %, zároveň bude u otázky č. 6, která se týká možnosti využití jazykových znalostí odpověď „Ano“ dosahovat 60 % a u otázky č. 8 budou zaměstnanci hodnotit své vzdělávání ve firmě jako „velmi důležité“ v nejméně 50 %.

**Hypotéza č. 4:** Zaměstnanci projevují zájem o další možnosti vzdělávání kromě toho, které firma aktuálně poskytuje, což naznačuje potřebu rozšíření nabídky vzdělávacích programů ve společnosti.

**Podmínky:** Hypotéza č. 4 bude potvrzena za předpokladu, že minimálně 70 % respondentů odpoví na otázku č. 9 „ano“ a současně bude odpovězeno na otázku č. 5. minimálně v 50 % pozitivně, tedy „ano“.

#### **4.2.2 Cílová otázka k rozhovoru**

Jak zaměstnavatel vnímá jazykové vzdělávání ve firmě a jeho ekonomický dopad?

### **4.3 Kvalitativní část výzkumu**

#### **4.3.1 Charakteristika respondentů**

Pro provedení této studie byla zvolena dotazníková metoda, která umožnila systematický sběr dat a analýzu názorů zaměstnanců z firmy Actum, s.r.o. Dotazník (viz příloha A) byl

distribuován formou elektronického formuláře Google mezi 100 vybraných zaměstnanců společnosti Actum, s.r.o. Tímto způsobem byl zajištěn rychlý a efektivní sběr dat od respondentů, kteří se podílejí primárně na zahraničních obchodech.

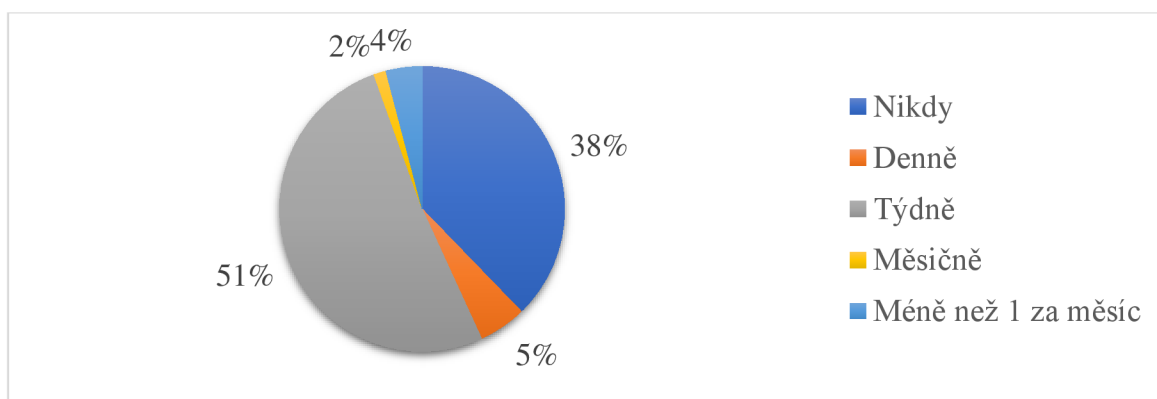
Respondenti obdrželi deset otázek, z nichž některé byly otevřené, polouzavřené a uzavřené. U některých otázek byla požadována jednoznačná odpověď, zatímco u jiných byl požadován důvod jejich odpovědi. Tím, že byly předem definovány možnosti odpovědi, usnadnilo to klasifikaci a pochopení názorů respondentů. Kromě toho byly v dotazníku začleněny otázky, které umožnily respondentům rozvést své myšlenky a zkušenosti týkající se jazykového vzdělávání ve firmě. Tyto otevřené otázky vedly respondenty k vyjádření svých názorů pomocí možnosti ano/ne a zároveň jim poskytly prostor pro zdůvodnění své odpovědi. Tato možnost vyjádření umožnila lepší formulaci návrhů na zlepšení.

#### **4.3.2 Rozbor výsledků z dotazníku**

##### **Otázka č. 1: Jak často se účastníte jazykového vzdělávání ve firmě Actum?**

Tato otázka směřovala ke zjištění pravidelnosti docházení respondentů do jazykového vzdělávání ve firmě. Z výsledků dotazníkového šetření, které je znázorněno v grafu 1 vyplývá, že většina zaměstnanců (51,4 %) pravidelně navštěvuje jazykové kurzy na týdenní bázi. Tyto výsledky naznačují vysokou míru zapojení v této oblasti a snahu o pravidelný rozvoj jazykových znalostí. Oproti tomu 37,8 % respondentů uvádí, že se jazykového vzdělávání ve firmě neúčastní. Tyto výsledky ukazují velký rozptyl mezi opravdu pravidelnou docházkou a nulovou návštěvností kurzů ve firmě. Malý, ale existující podíl (5,4 %) se účastní každodenní výuky, zatímco pouze menší procento (1,4 %) se účastní měsíčně a 4,1 % méně než jednou za měsíc. Tyto výsledky poskytují přehled o distribuci frekvence účasti v jazykovém vzdělávání mezi zaměstnanci ve firmě Actum, s.r.o.

Graf 1 – Jak často se účastníte jazykového vzdělávání ve firmě Actum?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

**Otázka č. 2: Odhadněte, jaký podíl vašeho pracovního času je věnován vzdělávání a rozvoji dovedností ve firmě.**

V této otázce bylo za cíl zjistit, jakým způsobem jsou si zaměstnanci firmy Actum, s.r.o. schopni rozvrhnout efektivně svůj čas a určit procentuální hranici jazykového vzdělávání na celkový pracovní čas. Získaná data od respondentů jsou znázorněna na grafu 2 a poskytují užitečné informace o tom, jak zaměstnanci vnímají a rozvrhují svůj pracovní čas ve vztahu ke vzdělávání a rozvoji dovedností.

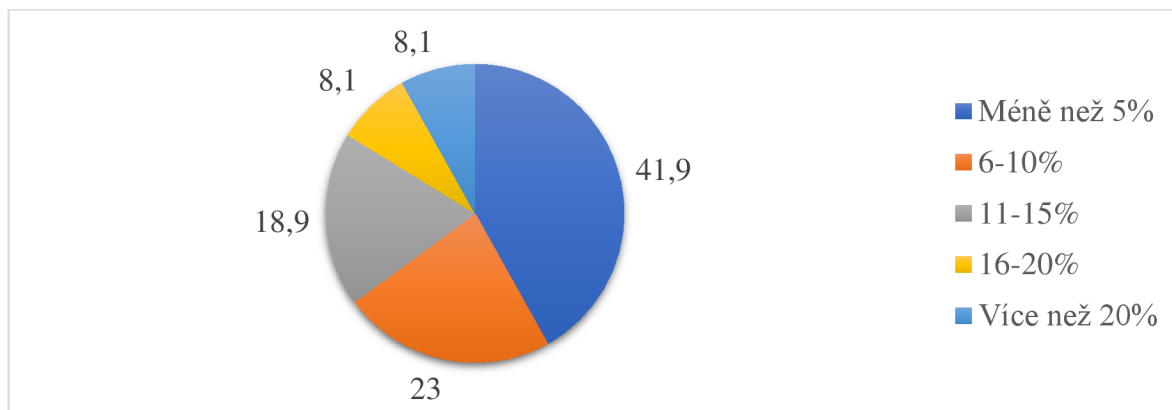
Velká část respondentů (41,9 %) odhaduje, že méně než 5 % jejich pracovního času je věnováno vzdělávání. Díky tomuto výsledku můžeme brát v úvahu to, že pro téměř polovinu zaměstnanců není jazykové či profesní vzdělávání prioritou, jelikož se nachází ve velmi nízkém procentuálním podílu.

Podíl zaměstnanců, kteří věnují 6–10 % svého pracovního času vzdělávání, činí 23 %. Tato střední úroveň zájmu o vzdělávání může odrážet snahu o rovnováhu mezi pracovními povinnostmi a profesním rozvojem. Pokud se tedy zaměstnanci nacházel v této skupině, je třeba říct, že mají velký zájem o kariérní růst a větší potenciál úspěchu se zahraničními klienty.

Skupina respondentů (18,9 %), kteří odhadují, že 11–15 % jejich pracovního času je věnováno vzdělávání, naznačuje vyšší úroveň angažovanosti ve vzdělávacích aktivitách. Tento segment by mohl reprezentovat zaměstnance, kteří si vážící profesního růstu a dovednostního rozvoje.

Odpovědi, které uvádějí více než 20 % času věnovaného vzdělávání, dosahují 8,1 %. Tato skupina může zahrnovat ty zaměstnance, kteří kladou silný důraz na osobní rozvoj a stálé zlepšování svých dovedností a schopností.

*Graf 2 – Odhadněte, jaký podíl vašeho pracovního času je věnován vzdělávání a rozvoji dovedností ve firmě*



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

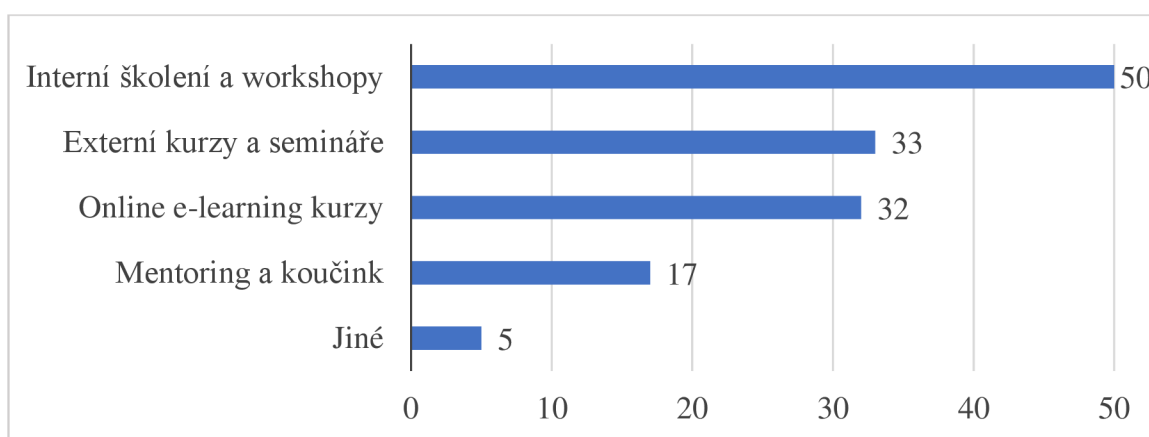
### **Otázka č. 3: Které typy vzdělávacích programů jste měli možnost absolvovat?**

Vzhledem k cíli bakalářské práce bylo potřeba zjistit, jaké další kurzy mají, nebo nemají zaměstnanci možnost absolvovat. Díky této otázce byl poskytnut hlubší vhled na rozsah nabízených vzdělávacích programů dostupných pro zaměstnance Actum, s.r.o., které jsou detailněji znázorněny v grafu 3. Vzhledem k tomu, že zaměstnanci měli možnost volit více možností, bavíme se pouze o počtu odpovědí na danou možnost.

U odpovědi „Interní školení a workshopy“ reagovalo celkem 50 respondentů. Tato čísla ukazují, že firma nabízí širokou škálu interních školení, a tedy klade i velký důraz na to, aby se zaměstnanci firmy Actum, s.r.o. podíleli na školeních. Jako druhá nejčastěji zvolená byla uvedena možnost „Externí kurzy a semináře“, kterou vybralo celkem 33 respondentů. Téměř polovina respondentů využívá možnost sebevzdělávání mimo firmu a využívá externích možností. Tato informace poukazuje na to, že zaměstnanci firmy Actum, s.r.o. kladou vysoký důraz na své vzdělávání mimo firemní prostředí. Téměř shodný počet odpovědí se vyskytl u odpovědi „Online e-learning kurzy“. Tato odpověď a její obdobně vysoká volba od respondentů poukazuje na to, že zaměstnanci kladou větší důraz na flexibilitu, využití času a rozmanitost nabídky online vzděláváním. Zaměstnanci se díky online vzdělávání vyvarují tlaku okolí na splnění školení a mohou své učení přizpůsobit svému tempu. „Mentoring a koučink“ ve firmě Actum, s.r.o. není tolik vyhledáván, vzhledem k tomu, že

tuto možnost zvolilo celkem 17 respondentů. Uvedené hodnoty mohou naznačovat, že osobní mentoring a individuální koučink je relevantní pouze pro některé zaměstnance, ale rozhodně ho můžeme shledat postradatelným. Poslední možností pro respondenty byla otevřená odpověď „Jiné“, kde mohl každý respondent uvést to, co nenašel v možnostech výše. V této skupině bylo získáno pět odpovědí a mezi nejčastější patřilo sebevzdělávání např. na platformě YouTube. To poukazuje na to, že někteří zaměstnanci využívají online platformy podle svých potřeb a času.

*Graf 3 – Které typy vzdělávacích programů jste měli možnost absolvovat?*



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

#### **Otázka č. 4: Jakým jazykům se aktivně vzděláváte ve firmě a v jaké úrovni?**

Tato otázka byla položena komplexněji, aby bylo pomocí získaných dat možné udělat rozbor nejen samotných jazyků, ale i jejich jazykových úrovní. Díky získaným informacím lze jednodušeji porozumět potřebám zaměstnanců a případně upravit vzdělávací programy tak, aby odpovídaly znalostem zaměstnanců. Veškerá data byla zaznamenána v grafu 4 níže.

**Angličtina:** Nejrozmanitější odpovědi byly nalezeny u anglického jazyka, který je obecně ve firmě nejpoužívanější. Níže jsou rozepsána data, která vycházejí ze získaných dotazníků.

- Neúčastní se: 12 respondentů (16,22 %)
- A1, A2: 11 respondentů (14,86 %)
- B1: 13 respondentů (17,57 %)
- B2 a vyšší: 48 respondentů (64,86 %)

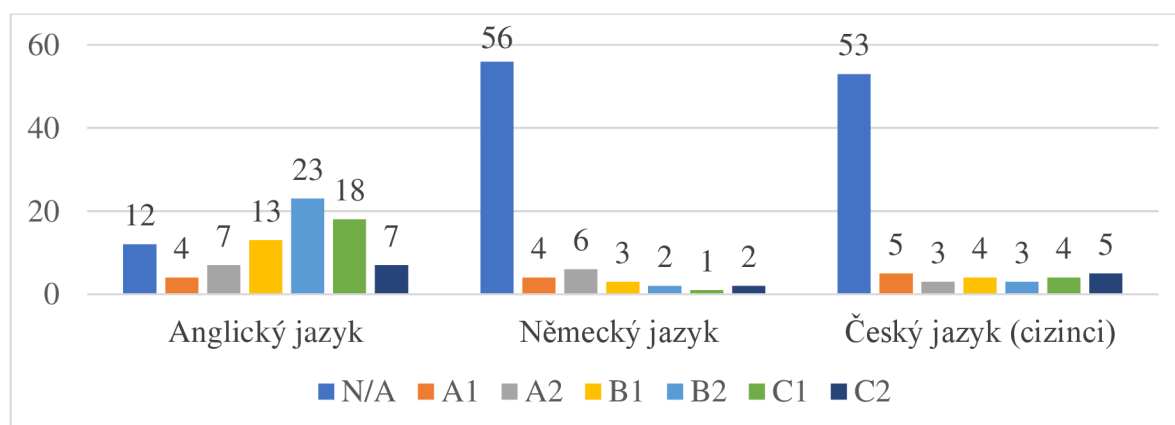
Tato data zdůrazňují důležitost jazykového vzdělávání ve firmě Actum, s.r.o. Většina zaměstnanců dosahuje alespoň úrovně B2 a výše.

**Němčina:** U německého jazyka je patrná menší míra aktivity ve vzdělávání ve srovnání s angličtinou. Více než polovina (56) respondentů vybrala možnost, že se jich německý jazyk netýká. Tyto výsledky tedy mohou naznačit menší důraz na vzdělávání v německém jazyce a současně menší míru jeho využití ve firemním prostředí.

**Čeština (cizinci):** Tato výuka je směřována primárně pro cizince, kteří jsou zaměstnani ve firmě, aby měli možnost naučit se českému jazyku a lépe zapadnout do kolektivu. K velkému překvapení výsledky ukazují, že více než polovina (53) respondentů se češtinu neučí. Podle dat je vidět, že v malém měřítku se někteří cizinci pokoušejí vzdělávat v českém jazyce, z výsledných dat můžeme vidět, že 24 respondentů ovládá díky vzdělávání alespoň základy německého jazyka.

Celkové shrnutí výsledku poukazuje na to, že ve firmě Actum, s.r.o. dominuje vzdělávání v anglickém jazyce, zatímco německý a český jazyk prokazují různorodost a individuální potřeby zaměstnanců, primárně cizinců.

*Graf 4 – Jakým jazykům se aktivně učíte ve firmě a v jaké úrovni?*



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024



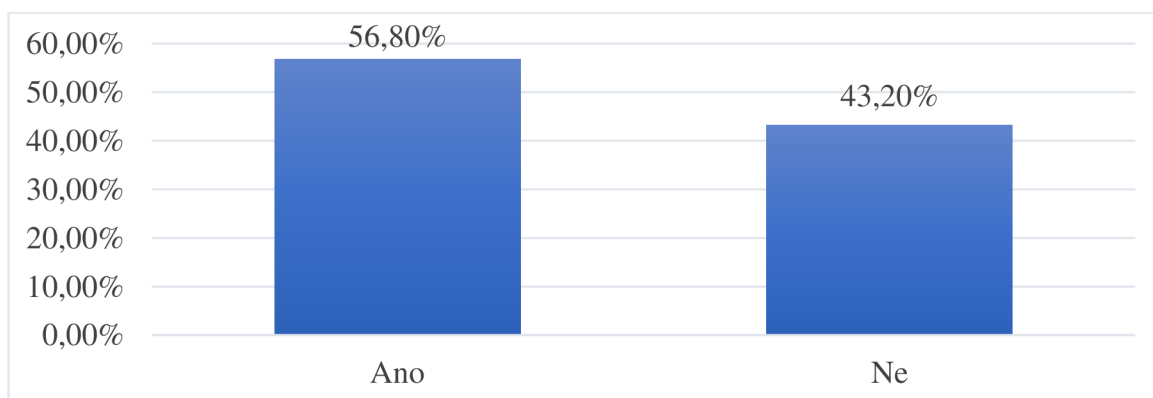
**Otázka č. 5: Máte možnost poskytovat zpětnou vazbu ohledně vzdělávacích programů, kterých se účastníte?**

Důležitým aspektem pro úspěšné vzdělávání je zpětná vazba, dané výsledky jsou zaznamenány níže v grafu 5. Ta poskytuje pohled zaměstnanců na vzdělávání ve firmě Actum, s.r.o. a současně poskytuje zpětnou vazbu, díky které je pro firmu snazší sledovat spokojenost, či nespokojenost zaměstnanců a následně lépe řešit další kroky na zlepšení stavu.

Více než polovina zaměstnanců (56,8 %) tvrdí, že mají možnost zpětnou vazbu poskytovat. Na první pohled se může zdát, že čísla ukazují vysokou úroveň dostupnosti zpětné vazby, ale je důležité brát v potaz, že téměř polovina respondentů (43,2 %) tvrdí, že tuto možnost naopak nemá. Výsledná čísla tedy ukazují, že teoreticky zaměstnanci zpětnou vazbu poskytnou, ale existuje velká část respondentů, kteří o této možnosti buď neví, nebo ji nevyužívají. Příčina této situace může nastat kvůli omezenému přístupu k vhodným platformám pro zpětnou vazbu, nízké motivaci, snížené důvěře ve společnost nebo nízké informovanosti.

Ve výsledku lze říct, že zaměstnanci firmy Actum, s.r.o. mají velký zájem o interakci a zpětnou vazbu s lektory jazyka. Zpětná vazba je zásadní pro ohodnocení efektivity výuky a celkově vzdělávacích programů, které firma nabízí. Zároveň je potřeba brát v potaz zapojení personálního oddělení pro zvýšení informovanosti zaměstnanců o možnosti zpětné vazby.

*Graf 5 – Máte možnost poskytovat zpětnou vazbu ohledně vzdělávacích programů, kterých se účastníte?*



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

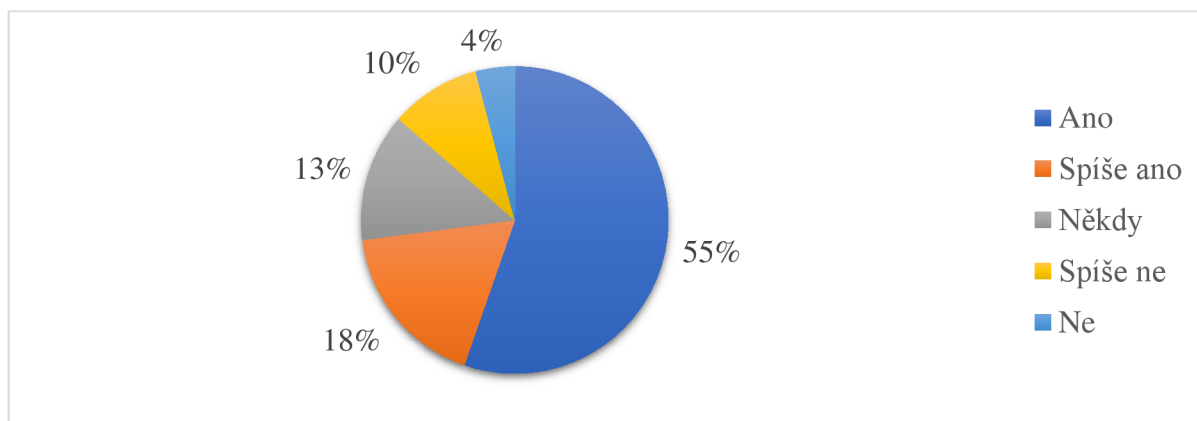
### Otázka č. 6: Máte možnost využití nabytých znalostí cizího jazyka ve firmě?

Tato otázka byla uvedena v dotazníku pro náhled na praktické využití jazykových znalostí zaměstnanců ve firmě Actum, s.r.o. a to z pohledu komunikace mezi zaměstnanci, ale i komunikace s klienty a potenciálními partnery. Získané odpovědi znázorněné v grafu 6 umožní podrobnější náhled na efektivnost vzdělávání ve firmě a jeho následné využití v praxi.

Více než polovina respondentů (55,4 %) uvedla, že své znalosti uplatní ve svém pracovním prostředí. Díky tak vysokému výsledku lze usuzovat, že zaměstnanci ve firmě Actum, s.r.o. vnímají jazykové vzdělávání jako přínos a jeho následné využití má kladné dopady. Menší část respondentů (17,6 %) uvedla jako svou odpověď „spíše ano“. Tyto výsledky ukazují, že i když nejsou jazykové znalosti využívány každý den, zaměstnanci naleznou příležitosti k uplatnění svých jazykových dovedností.

U skupiny, která uvedla odpověď „někdy“ (13,5 %), je vidět, že zaměstnanci své jazykové znalosti mohou občasně ve firemním prostředí využívat, ale nejedná se o jejich každodenní využití. Tento výsledek může být způsoben tím, že se někteří zaměstnanci vyskytují více v týmech s česky mluvícími kolegy. Nejméně odpovědi nalezneme u možností „Spíše ne“ (9,5 %) a „Ne“ (4,1 %). Může to znamenat, že menší část zaměstnanců má jen malé, nebo žádné možnosti využití jazyka na pracovišti. Důvodem může být jejich pracovní pozice, rozložení cizinců v týmu a práce s českými klienty.

Graf 6 – Máte možnost využití nabytých znalostí cizího jazyka ve firmě?



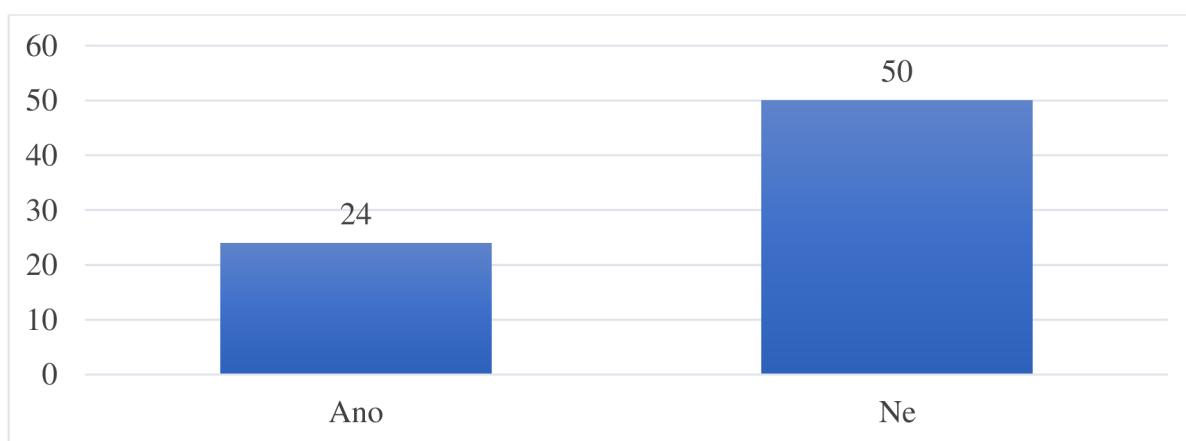
Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

**Otázka č. 7: Byl/a byste ochotný/á hradit si vzdělávání v anglickém jazyce sám/a?  
Uved'te ANO/NE + uved'te stručný důvod.**

V této otázce byly zaměstnanci tázáni, zda jsou ochotni (neochotni) financovat vzdělávání v anglické jazyce za své vlastní náklady. Tento vhlad pomůže lépe pochopit zájem zaměstnanců o vzdělávání a jejich pohled, zda je samotné vzdělávání efektivní, či považují doučování mimo firmu nevýhodné. Pro lepší pochopení dostali zaměstnanci možnost ke své odpovědi také uvést důvod svého rozhodnutí. Níže jsou detailněji rozebrány postoje a možné odpovědi získané od zaměstnanců firmy společně s grafickým znázorněním v grafu 7.

Po detailním rozboru odpovědí bylo zjištěno, že 24 zaměstnanců (32,43 %) by bylo ochotno hradit si jazykové vzdělávání, a to v případě, že by se jednalo o pokročilou konverzační výuku, kterou by následně mohli využít v práci. I přes to, že se našlo několik kladných odpovědí, tak někteří zaměstnanci zdůraznili v odpovědi, že by mělo být vzdělávání hrazené firmou jako benefit. Více než polovina zaměstnanců (67,57 %) odpověděla na tuto otázku „Ne“ a u více než 15 odpovědí bylo zdůrazněno, že aktuální jazykové znalosti postačují k vykonávání plnohodnotné práce a jazykové vzdělávání ve firmě je bráno jako příjemný trénink. U některých respondentů byl vznesen případný návrh řešení a to, že by byli ochotni se podílet na financování jazykového vzdělávání společně se svým zaměstnavatelem.

*Graf 7 – Byl/a byste ochotný/a hradit si vzdělávání v anglickém jazyce sám/a?*

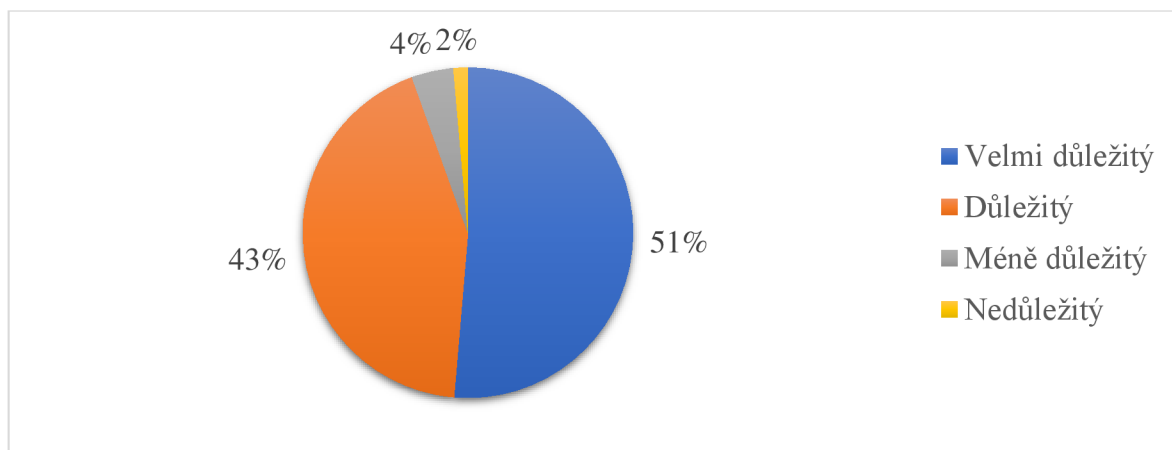


Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

**Otázka č. 8: Jak vidíte vztah mezi vzděláváním a vaším osobním a profesním rozvojem?**

U většiny zaměstnanců (51,4 % a 43,2 %) výsledky v grafu 8 ukazují, že jsou si vědomi důležitosti vzdělávání se v kontextu osobního a profesního rozvoje. Kombinace těchto dvou rovin je velice důležitá pro pracovní výkonnost a současně přispívá k osobnímu růstu. Naopak velmi malá část respondentů (4,1 % a 1,4 %) uvedla, že jejich vztah mezi profesním a osobním rozvojem není velmi významný. V této skupině zaměstnanců lze vidět odlišný přístup k propojení těchto dvou rovin.

*Graf 8 – Jak vidíte vztah mezi vzděláváním a vaším osobním a profesním rozvojem?*



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

**Otázka č. 9: Jste spokojeni s nabídkou kurzů, které firma poskytuje? Uveďte ANO/NE (v případě odpovědi NE uveďte důvod),**

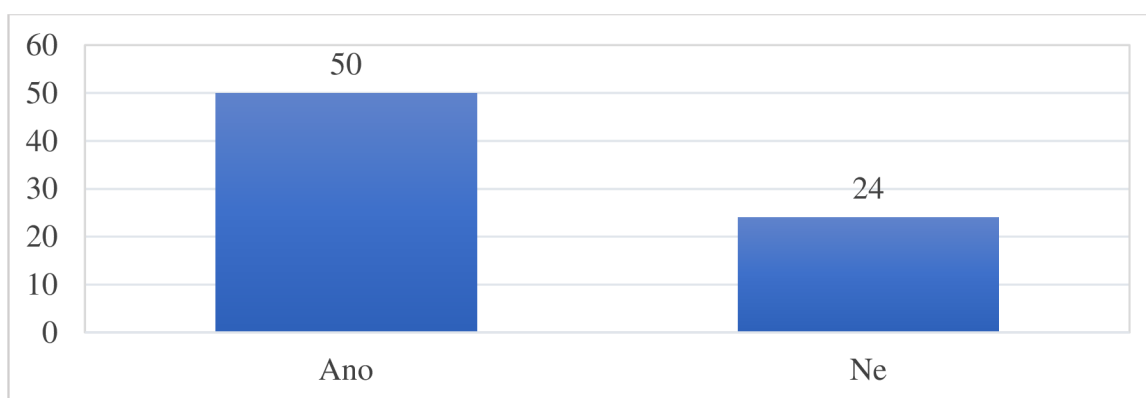
Tato otázka je zaměřena na zjištění spokojenosti zaměstnanců se současnou nabídkou kurzů ve firmě Actum, s.r.o., výsledky byly zaznamenány v grafu 9. Pro získání většího pochopení bylo podmínkou u zvolené odpovědi „NE“ její doplnění o důvod zvolené možnosti. U více než poloviny respondentů (82,43 %) bylo poukázáno na spokojenost se současnou nabídkou firmy. Podle tohoto výsledku lze usuzovat, že většině zaměstnanců stačí kurzy, které firma nabízí. Oproti tomu u 24 respondentů (31,08 %) byla zjištěna nespokojenost se současnou nabídkou kurzů. Níže jsou detailněji rozepsány komentáře získané z výzkumu, které nám usnadní pochopení zvolené možnosti u této otázky.

- 1. Nedostatek informací:** Několik respondentů zmínilo nedostatek informovanosti o nabízených kurzech. Znamená to tedy, že min. 30 % zaměstnanců nemá představu o tom, jaké kurzy firma nabízí a jaké jsou zde možnosti vzdělávání. Současně byl

v dotaznících zmíněn nízký podíl personálního oddělení na informování o současné nabídce, či nových kurzech, které mohou zaměstnanci absolvovat.

- 2. Omezená nabídka jazykových kurzů:** V několika dotaznících byla zmíněna omezená nabídka kurzů, a tedy i nespokojenost ze strany zaměstnanců. Někteří by ocenili jiné jazykové kurzy, než současně firma nabízí (anglický jazyk, německý jazyk a český jazyk).
- 3. Jiné možnosti:** V poslední řadě se ale ne méně důležité komentáře týkaly rozmanitosti kurzů. Někteří zaměstnanci by ocenili rozšířit nabídku kurzů například v oblasti prezentací rétoriky a leadershipu.

Graf 9 – Jste spokojeni s nabídkou kurzů, které firma poskytuje? Uveďte ANO/NE.

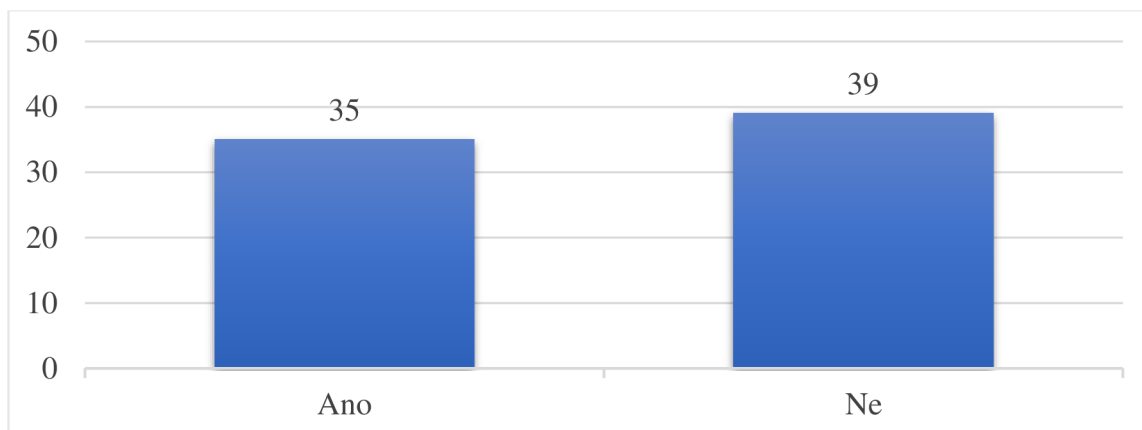


Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

#### Otázka č. 10: Platíte si jiné vzdělávací kurzy, které firma neposkytuje?

Odpovědi na poslední otázku poskytnou informace o tom, zda si zaměstnanci firmy Actum, s.r.o. platí jiné kurzy mimo prostřední firmy, odpovědi jsou znázorněny v grafu 10. Téměř polovina respondentů (47,3 %) dochází na vzdělávací kurzy mimo firmu. To může značit zájem respondentů o sebevzdělávání, a to nehledě na pracovní požadavky. Oproti tomu téměř stejný počet respondentů (52,7 %) odpověděl, že si kurzy, které jsou mimo nabídku firmy, nehradí. Tento výsledek může poukazovat na to, že buď respondenti nemají zájem o osobní rozvoj na úkor svých financí, nebo jim naopak postačuje současná nabídka kurzů ve firmě. Tato otázka umožnila vhled na různorodost potřeb a preferencí zaměstnanců ke vzdělávání. Výsledná data mohou usnadnit zkoumání pro navržení vhodnějšího přístupu ke vzdělávání ve firmě a současně ukázat zaměstnancům zájem ze strany zaměstnavatele.

Graf 10 – Platíte si jiné vzdělávací kurzy, které firma neposkytuje?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

## 4.4 Kvantitativní část výzkumu

### 4.4.1 Charakteristika respondenta

V rámci provádění rozhovoru byla oslovena klíčová osoba ve společnosti, a to zakladatel firmy Actum, s.r.o. Cílem rozhovoru bylo získat hloubkový vhled do současné praxe v oblasti jazykového vzdělávání zaměstnanců. Zvolena byla osoba, která má velké zkušenosti v oblasti sebevzdělávání a současně se nachází na vrcholovém řízení firmy Actum, s.r.o.

### 4.4.2 Průběh rozhovoru

Organizace rozhovorů byla poměrně jednoduchá vzhledem k tomu, že byl prováděn pouze s jednou osobou. Po ústní domluvě byl sjednán termín a samotný rozhovor byl proveden v pracovní době v rámci firmy. Celková délka rozhovoru byla 20 minut, což bylo považováno za dostačující dobu pro zodpovězení předložených otázek. Celý rozhovor byl nahráván pomocí telefonu a následně byl přepsán do písemné formy.

### 4.4.3 Zpracování rozhovoru se zakladatelem firmy Actum, s.r.o.

#### Kdo má v současné době nárok na jazykové vzdělávání ve firmě?

*„Předpokládal bych, že jazykové vzdělávání dostane ve firmě každý, kdo o něj projeví zájem. Protože tahle firma mluví anglicky a profitujeme z toho, že všichni mluví anglicky. Zaměstnanci, klienti i dodavatelé. Pro firmu je hodnota, když všichni zaměstnanci umí lépe cizí jazyk. Pro nás jako pro firmu jsou důležité jazyky v zemích, ve kterých se současně*

vyskytujeme. Aktuálně angličtina, němčina a čeština. Nemám problém s tím, když přijde někdo z HR s návrhem ke vzdělávání v jazyce, který neposkytujeme a dává smysl vzhledem k byznysu a trhu, na který míříme.“

**Kolik procent finančních prostředků je každoročně alokováno na jazykové vzdělávání zaměstnanců ve srovnání s celkovým rozpočtem firmy?**

„Jedná se o poměrně komplikovanou otázku, kolik procent přesně nevím. Ale když se nad tím zamyslím, troufnu si tipnout 2,5 mil. korun ročně (tržby firmy cca 26 mil. euro).“

**Jaké jsou hlavní výhody, které vidíte v poskytování jazykového vzdělávání pro rozvoj vašich zaměstnanců a firmy jako celku?**

„Jeden z klíčových faktorů, nebo klíčových vlastností Actumu je, že tato firma funguje anglicky. Bereme to tu jako „English first“. To, že se to rozbilo při covid, a HR teďka nabíralo mnohem více česky mluvících zaměstnanců, je jedna věc. Před 3–4 lety to bylo naprosto automatické, že se zde mluvilo a psalo čistě anglicky. Jestliže tohle má být firma, že si vystačí s angličtinou, je důležité pro české zaměstnance, aby zvládali anglický jazyk stejně jako svou mateřštinu. Pokud ve firmě budeme každý mluvit pouze svým rodným jazykem, tak se všichni postupně začnou skupinkovat a nebude ve firmě to „společné“. Jakmile přepneme pohled firmy, že nemusíme mluvit česky, tak můžeme najednou nabírat lidi z celého světa bez omezení. A to umožní tu diverzitu. Pro firmu jako celek je kritické umět anglický jazyk, a proto je důležité do svých zaměstnanců umět investovat, abychom je mohli posouvat dál.“

**Jak vidíte spojitost mezi jazykovým vzděláním zaměstnanců a výkonností firmy, zejména z ekonomického hlediska?**

„Myslím si, že toto je kritérium, které nelze určit. Není to o tom, že když investujeme o 20 % víc do jazykového vzdělávání, tak že se o 20 % zvedne výkon firmy. Mířil bych to spíš tam, že pokud bychom jako firma neuměli anglicky, tak se rozpadá celá naše strategie a museli bychom ji změnit. Třeba pracovat jen s českými klienty. My k tomu můžeme přistupovat tak, že budeme nabírat lidi, co už ten jazyk v námi požadované úrovni umí anebo se sem nedostanou. Pak není potřeba jazykového vzdělávání. Ale tím, že my si vybíráme pozice s nějakou, byť minimální jazykovou úrovní a pak si říkáme, že na každé té pozici tu dáme možnost zlepšení a investujeme do nich, tak je to pro nás důležité. Nikdy jsme nad tím

*ekonomicky neuvažovali. Ale jsem přesvědčen, že spojitost existuje ve vyjednávání, komunikaci, prodeji. Ve směru klientské vztahy. Není to pro nás tedy úplně měřitelné na výkonnost firmy jako takové.“*

**Jaký podíl přisuzujete jazykovému vzdělávání na podnikovém růstu a konkurenceschopnosti vaší společnosti?**

*„Možná se budu opakovat, co už jsem říkal, ale chceme působit na trzích, kde je angličtina potřeba. Růst na určité trhy pro nás znamená, prakticky řečeno, na prodejní stránce získávání nových klientů. Čím líp umíš ten jazyk, tím že se pohybujeme na cizích trzích, tím lepší máš možnost přesvědčit o tom, že jsme ten správný partner a něco tam na konci dne dohodnout. Pak abychom mohli růst, je potřeba zaměstnávat lidi a nám existence jazykového vzdělávání umožňuje zaměstnávat lidi s trochu horší vybaveností jazykových znalostí a zbytek tu můžeme doučit. Bez jazykového vzdělávání by se nám zmenšil okruh lidí, kteří mají potenciál pro vybranou pozici ve firmě.“*

**Máte nějaké další komentáře nebo nápady, které byste chtěl sdílet ohledně vzdělávání zaměstnanců ve vaší společnosti?**

*„Já si myslím, že u všeho platí systematicčnost. A tam si myslím, že by to mohlo být lepší. Vědět, kde jsou třeba požadované věci. Například, že chceš být na nějaké pracovní pozici, tak v naší firmě musíš mít angličtinu na určité úrovni. Lidi by od okamžiku nástupu věděli, jestli tohle je jejich aspirace. Budou motivováni na tom pracovat a zároveň jim firma dá prostředky například na absolvování kurzu k získání certifikátu. Takže nějaká systematicčnost by byla fajn, abychom si neříkali, jo je to lepší, ale abychom věděli, že na určité pracovní roli je to kritické a je potřeba zlepšit své dovednosti. Tento systém by pak dával i tobě na výběr, jakou cestou se chceš vydat. Zda se posunout dál a vzdělávat se, nebo zůstat tam, kde jsi.“*

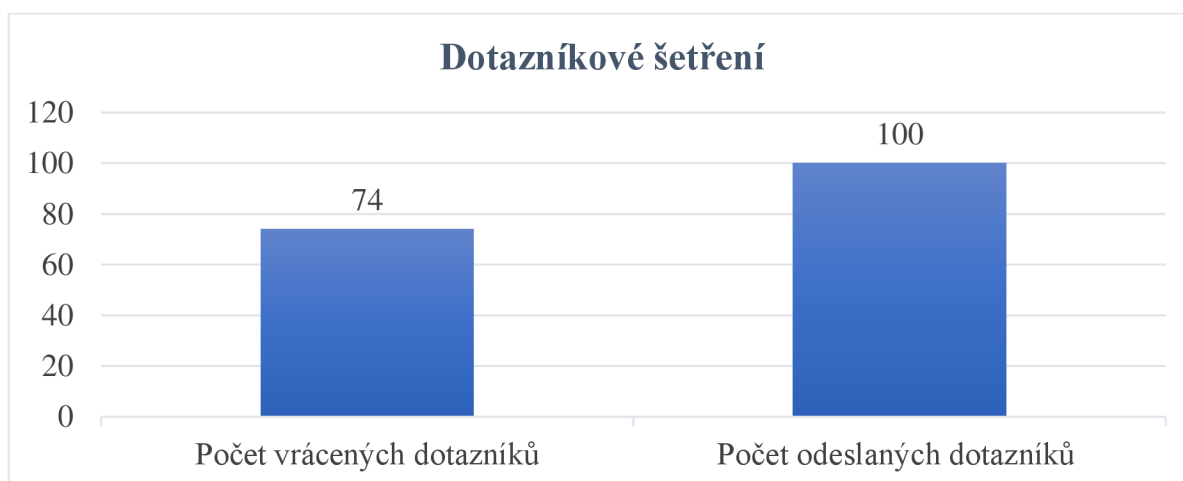


## 5 Zhodnocení a doporučení

### 5.1 Shrnutí dotazníkového šetření

V průzkumu byly získány odpovědi od 74 respondentů, což znamená, že návratnost byla 74 %. Vzhledem k tomu, že vyplnění dotazníku bylo anonymní, mohlo to zapříčinit tak vysokou návratnost. Díky poměrně vysokému číslu respondentů a návratnosti bylo možné vytvořit dostatečně reprezentativní vzorek pro detailní analýzu a důkladnou interpretaci výsledků, které jsou znázorněny v grafu 11.

Graf 11 – Návratnost dotazníkové šetření



Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

### 5.2 Výsledky hypotéz

Celkové vyhodnocení dotazníku potvrdí či nepotvrdí stanovené hypotézy. Ke každé z hypotéz byly stanoveny podmínky, které se přímo odkazují na dotazníkové šetření. Tyto podmínky byly stanoveny v kapitole 4.2.1 Hypotézy a jejich podmínky.

**Hypotéza č. 1:** Více než polovina tázaných zaměstnanců rozvíjí své jazykové schopnosti v anglickém jazyce na týdenní bázi a současně dosahuje minimální úrovně B2 a výše.

**Vyhodnocení:** Podle dotazníkové šetření bylo zjištěno, že se jazykového vzdělání účastní na týdenní bázi celkem 51,4 % zaměstnanců Actum, s.r.o. a jejich znalosti dosahují jazykových úrovní B2 až C2 v 64,86 %. Z těchto výsledků lze usoudit, že podmínky pro hypotézu č. 1 byly splněny.

**H1: POTVRZENA**

**Hypotéza č. 2:** Zaměstnanci firmy Actum, s.r.o. by byli ochotni financovat jazykové vzdělávání z vlastních zdrojů.

**Vyhodnocení:** V dotazníkovém šetření bylo pomocí otázek č. 7, 10 a 3 zjišťováno, zda by zaměstnanci firmy Actum, s.r.o. byli ochotni hradit si jazykové vzdělávání z vlastních zdrojů. U otázky č. 7 odpovědělo celkem 32,43 % respondentů, že by si jazykové vzdělávání hradili za své peníze. Otázka č. 10 byla zaměřena na téma, zda si zaměstnanci hradí kurzy mimo firemní prostředí. To mělo poukázat na skutečnost, zda jsou zaměstnanci ochotni hradit jiné vzdělávací kurzy mimo firmu. Odpověď u otázky č. 10 byla 47,3 % „Ano“. V poslední otázce zvolilo „ano“ celkem 67,57 % respondentů. Tato otázka byla zaměřena na specifikaci kurzů, kterých mají možnost a zájem se účastnit. U této otázky bylo cílem poukázat na to, zda firma poskytuje dostatečné množství interních kurzů. Výsledky ukazují, že byly splněny dvě podmínky ze tří. Nebyly splněny všechny stanovené podmínky nutné pro potvrzení stanovené hypotézy.

### ***H2: ZAMÍTNUTA***

**Hypotéza č. 3:** Zaměstnanci přikládají velkou váhu k jazykovému vzdělávání a jeho vlivu na pracovní úspěch.

**Vyhodnocení:** Vzhledem k povaze hypotézy byla přiřazena otázka č. 2, která se zaměřovala na procentuální podíl stráveného času vzděláváním se ve firmě během pracovního dne. V kategorii „11–15 %“ celkem odpovědělo 18,9 % respondentů. Další otázka č. 6 sloužila k získání informace, zda zaměstnanci mají možnost využít své jazykové znalosti ve firmě. Na tuto otázku odpovědělo 55 % respondentů „ano“. Do podmínky byla zahrnuta i otázka č. 8, která se týkala hodnocení důležitosti vzdělávání ve firmě. Celkem 51,4 % respondentů odpovědělo, že je pro ně vzdělávání ve firmě „velmi důležité“. Vzhledem k tomu, že byla splněna pouze jedna podmínka ze tří, je tato hypotéza zamítnuta.

### ***H3: ZAMÍTNUTA***

**Hypotéza č. 4:** Zaměstnanci projevují zájem o další možnosti vzdělávání kromě toho, které firma aktuálně poskytuje, což naznačuje potřebu rozšíření nabídky vzdělávacích programů ve společnosti.

**Vyhodnocení:** K hypotéze byla přiřazena otázka č. 9, která je zaměřena na spokojenost zaměstnanců s aktuální nabídkou kurzů. Celkem 82,43 % zaměstnanců potvrdilo, že jsou

s nabídkou spokojeni. Současně tam byla zahrnuta i otázka č. 5, ve které byli respondenti tázáni na možnosti zpětné vazby. Bylo přihlíženo na důležitost poskytování zpětné vazby pro zaměstnance. Zde byla odpověď kladná u 56,80 % respondentů. Z těchto výsledků můžeme usuzovat, že firma klade velký důraz na zpětnou vazbu a potřeby svých zaměstnanců týkající se spokojenosti s nabízenými kurzy. Všechny podmínky pro hypotézu byly splněny.

***H4: POTVRZENA***

### **5.3 Vyhodnocení rozhovoru**

Rozhovor a cílové otázky byly využity jako důležitý prvek k získání informací od představitelů firmy. Rozhovor byl použit jako základ pro formulaci závěru po získání odpovědí na cílovou otázku.

***Jak zaměstnavatel vnímá jazykové vzdělávání ve firmě a jeho ekonomický dopad?***

V rámci firmy Actum, s.r.o. je jazykové vzdělávání vnímáno jako zásadní prvek pro dosažení strategických cílů, zejména v oblasti mezinárodního obchodu a získávání nových partnerů. Všichni zaměstnanci, kteří projeví zájem o vzdělávání, mají ve firmě Actum, s.r.o. možnost se ho účastnit. Vzhledem k tomu, že je firma Actum, s.r.o. vnímána zakladatelem firmy jako anglicky orientovaná, tak je zde uplatňována filozofie „English first“. Z tohoto důvodu je kladen důraz primárně na anglický jazyk. Firma je otevřena možnostem rozšíření jazykové nabídky s ohledem na směr byznysu ve světě. Zakladatel firmy také zmínil důležitost znalosti jazyka, který umožňuje flexibilitu v zaměstnávání z celého světa a současně otevírá dveře pro růst firmy. Odhadem je investováno do jazykového vzdělávání 2,5 milionu korun ročně. Dalším klíčovým prvkem ve vzdělávání je udržení jednotného jazyka v celé firmě Actum, s.r.o., což umožňuje lepší komunikaci mezi zaměstnanci. Spojitost mezi jazykovým vzděláváním a ekonomickým růstem není tak významná, ale rozhodně hraje významnou roli znalost jazyka samotného. Je zmíněno, že zajistit měřitelnost vlivu jazykového vzdělávání na ekonomickou situaci ve firmě je velice obtížné. Současně je důležité brát v potaz, že bez jazykových znalostí by se firma nemohla posouvat dál. V závěrečných poznámkách je zdůrazněna potřeba systematického přístupu k jazykovému vzdělávání, aby bylo jasné, které dovednosti jsou požadovány na jednotlivých pracovních pozicích.

## 5.4 Návrhy možného řešení

**Návrh č. 1:** Zásadní je zaměřit se na motivaci zaměstnanců k účasti na jazykových kurzech. Bylo zjištěno, že výrazný podíl zaměstnanců nikdy neabsolvuje žádný kurz. Pro dosažení vyšší angažovanosti může firma zvážit motivující prvky, jako jsou ocenění za úspěšné absolvování kurzů, finanční benefity nebo možnost účastnit se tvorby vzdělávacího programu.

**Návrh č. 2:** Rozšířit nabídku vzdělávacích kurzů. Interní školení a workshopy jsou populární, ale některým zaměstnancům může chybět dostatek různorodosti. Zavedení nových formátů, témat a možností výběru kurzů může posílit atraktivitu vzdělávacích programů.

**Návrh č. 3:** Možnost poskytovat pravidelně zpětnou vazbu ohledně vzdělávacích programů ze strany zaměstnanců – možnost získání cenných dat pro další vylepšení a přizpůsobení kurzů potřebám zaměstnanců.

**Návrh č. 4:** Implementace systematického přístupu ke vzdělávání zaměstnanců ve společnosti Actum, s.r.o. – definování požadavků na dovednosti pro každou pracovní roli, aby zaměstnanci měli jasný návod na dosažení svých kariérních cílů.

## 6 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zjistit pohled jazykového vzdělávání ze strany zaměstnavatelské firmy Actum, s.r.o. Součástí práce byla teoretická část, která zahrnuje obecné informace o vzdělávání ve firmě, ukazuje možné přístupy usnadnění výuky či motivaci zaměstnanců ke vzdělávání. Primární snahou bylo poukázat na pohled z obou stran, tedy ze strany zaměstnance a ze strany zaměstnavatele. Dotazníkové šetření, které bylo prováděno se zaměstnanci firmy, poukázalo na pozitiva, ale i nedostatky, které firma v rámci vzdělávání realizuje. Vzhledem k velké návratnosti dotazníků byl umožněn detailnější rozbor jednotlivých otázek. Každá otázka byla zvlášť popsána a pro větší přehlednost doplněna o grafické znázornění. Pro jasné vyhodnocení výzkumu byly stanoveny hypotézy a jejich podmínky, které měly sloužit pro stanovení závěru a jako podklad pro formulování návrhů na zlepšení situace ve firmě Actum, s.r.o. Celkově lze říci, že se ve firmě klade velký důraz na vzdělání vzhledem k tomu, že většina zaměstnanců dosahuje u anglického jazyka úrovně minimálně B2. Dalším zjištěním bylo, že většina zaměstnanců by nebyla ochotna si hradit své vzdělávání z vlastních zdrojů, což firmě potvrzuje důležitost vzdělávání, které zaměstnancům nabízí. Pokud by byla firma ochotna rozšířit svou nabídku poskytovaných kurzů na pracovišti, lze očekávat větší spokojenost ze strany zaměstnanců. Pro zjištění průběžné spokojenosti je důležité udržet pravidelnou možnost zpětné vazby.

Další důležitou částí průzkumu byl rozhovor se samotným zakladatelem firmy. S ním byl realizován krátký rozhovor, aby byl zjištěn pohled z vrcholového vedení. Tento vhléd umožnil pochopení z druhé strany a současně odhalil strategická řešení, díky kterým firma může dále růst. V rozhovoru byla zahrnuta témata na jazykové vzdělávání, pohled zaměstnavatele, ale i ekonomický vliv na firmu. Jako poslední byla zařazena varianta doplňující otázky, kde byla díky otevřenosti spoluzakladatele firmy získána doplňující odpověď na případné zlepšení přístupu ke vzdělávání. Tato odpověď byla zahrnuta do návrhu ke zlepšení. Celkově lze konstatovat, že zaměstnanci firmy Actum, s.r.o. jsou s postojem zaměstnavatele ke vzdělávání spokojeni a přikládají mu v podstatě stejně velký důraz jako samotný zaměstnavatel.

## 7 Seznam použitých zdrojů

1. ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. *Armstrong's handbook of human resource management practice*. 13th Edition. London: Kogan Page, 2014. ISBN 978 0 7494 6965 8.
2. CLEGG, Brian. *Motivace*. Brno: CP Books, 2005. *V kostce* (CP Books). ISBN 80-251-0550-4.
3. DÖRNYEI, Zoltán a Ema USHIODA. *Teaching and Researching Motivation [online]*. 3rd edition. New York: Routledge, 2021 [cit. 2023-10-25]. ISBN 9781351006743. Dostupné z: doi: <https://doi.org/10.4324/9781351006743>
4. JÍRA, Otakar, Jaroslava RAMPOUCHOVÁ a Vladimír VESELÝ. *Základy lektorské práce*. Praha: Institut dětí a mládeže MŠMT, 2004. ISBN 80-86784-07-x.
5. MEDLÍKOVÁ, Olga. *Lektorské dovednosti: manuál úspěšného lektora*. 2., dopl. vyd. Praha: Grada, 2013. *Komunikace* (Grada). ISBN 978-80-247-4336-3.
6. SITNÁ, Dagmar. *Metody aktivního vyučování: spolupráce žáků ve skupinách*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-246-1.
7. Společný evropský referenční rámec pro jazyky [online]. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2021 [cit. 2023-10-10]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/mezinarodni-vztahy/spolecny-evropsky-referencni-ramec-pro-jazyky>
8. TURECKIOVÁ, Michaela. *Organizační chování: teoretická východiska a trendy personálního managementu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-66-2.
9. URBAN, Jan. *Motivace a odměňování pracovníků: co musíte vědět, abyste ze svých spolupracovníků dostali to nejlepší*. Praha: Grada, 2017. *Manažer*. ISBN 978-80-271-0227-3.
10. VODÁK, Jozef a Alžbeta KUCHARČÍKOVÁ. *Efektivní vzdělávání zaměstnanců*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2011. *Management* (Grada). ISBN 978-80-247-3651-8.
11. ZOUNEK, Jiří a Petr SUDICKÝ. *E-learning: učení (se) s online technologiemi*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2012. ISBN 978-80-7357-903-6.
12. BLÁHA, Jiří; MATEICIUC, Aleš a KAŇÁKOVÁ, Zdeňka. *Personalistika pro malé a střední firmy*. Brno: CP Books, 2005. ISBN 9788025103746.

13. Zaměstnanecké benefity 2024: Kdy a jak se budou nově danit? [online]. Státní správa, 28. 11. 2023. [cit. 2024-02-08]. Dostupné z: <https://statni-sprava.inform.cz/trh-prace/zamestnanecke-benefity-2024-kdy-a-jak-se-budou-nove-danit/>.
14. KOUBEK, Josef. *Řízení lidských zdrojů: základy moderní personalistiky*. 4. rozš. a dopl. vyd. Praha: Management Press, 2007. ISBN 8072611682.
15. O nás. Discover the secrets. Actum Digital [online]. 2019 [cit. 2024-02-18]. Dostupné z: <https://www.actumdigital.com/cs/about-us>
16. Zaměstnanecké benefity a obdobná plnění z hlediska daňové výhodnosti. 2024. Ostrava: Anag, 2024. ISBN 978-80-7554-402-5.
17. MACHÁČEK, Ivan. *Zaměstnanecké benefity a daně*. 6. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2021. Daně (Wolters Kluwer ČR). ISBN 978-80-7676-193-3.
18. ZUZÁK, Roman. *Multikulturní management*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2022. ISBN 978-80-88330-47-9.
19. ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-4100-0.
20. NIERMEYER, Rainer a Manuel SEYFFERT. *Jak motivovat sebe a své spolupracovníky*. Praha: Grada, 2005. ISBN 9788024712239.
21. URBAN, Jan. *Motivace a odměňování pracovníků: co musíte vědět, abyste ze svých spolupracovníků dostali to nejlepší*. Praha: Grada, 2017. Manažer. ISBN 978-80-271-0227-3.
22. KPMG. *Konsolidační balíček: podrobný přehled změn* [online]. KPMG. 2023, 1. 11. 2023. [cit. 2024-03-07]. Dostupné z: <https://kpmg.com/cz/cs/home/clanky-a-analyzy/2023/11/konsolidacni-balicek-prehled-zmen.html>.

## **8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk**

### **8.1 Seznam obrázků**

Obrázek 1 – Přehled jazykových úrovní .....	12
Obrázek 2 – Kruh úspěchu.....	14
Obrázek 3 – Denní křivka výkonnosti .....	17

### **8.2 Seznam tabulek**

Tabulka 1 – Příjem informací pomocí vjemů v %.....	18
Tabulka 2 – Přehled jazykových lektorů a jejich smluvního uspořádání .....	24

### **8.3 Seznam grafů**

Graf 1 – Jak často se účastníte jazykového vzdělávání ve firmě Actum? .....	27
Graf 2 – Odhadněte, jaký podíl vašeho pracovního času je věnován vzdělávání a rozvoji dovedností ve firmě .....	28
Graf 3 – Které typy vzdělávacích programů jste měli možnost absolvovat? .....	29
Graf 4 – Jakým jazykům se aktivně učíte ve firmě a v jaké úrovni? .....	30
Graf 5 – Máte možnost poskytovat zpětnou vazbu ohledně vzdělávacích programů, kterých se účastníte? .....	31
Graf 6 – Máte možnost využití nabytých znalostí cizího jazyka ve firmě? .....	32
Graf 7 – Byl/a byste ochotný/a hradit si vzdělávání v anglickém jazyce sám/a? .....	33
Graf 8 – Jak vidíte vztah mezi vzděláváním a vaším osobním a profesním rozvojem? .....	34
Graf 9 – Jste spokojeni s nabídkou kurzů, které firma poskytuje? Uveďte ANO/NE.....	35
Graf 10 – Platíte si jiné vzdělávací kurzy, které firma neposkytuje? .....	36
Graf 11 – Dotazníkové šetření .....	39



## **Přílohy**

Příloha A Český dotazník předložený zaměstnancům.....	48
---	----

## **Příloha A Český dotazník předložený zaměstnancům**

**Otázka č. 1: Jak často se účastníte jazykového vzdělávání ve firmě?**

- Denně
- Týdně
- Měsíčně
- Méně než jednou měsíčně
- Nikdy

**Otázka č. 2: Odhadněte, jaký podíl vašeho pracovního času je věnován vzdělávání a rozvoji dovedností ve firmě:**

- Méně než 5 %
- 6–10 %
- 11–15 %
- 16–20 %
- Více než 20 %

**Otázka č. 3: Které typy vzdělávacích programů jste měli možnost absolvovat?**

- Interní školení a workshopy
- Externí kurzy a semináře
- Online e-learning kurzy
- Mentoring a koučink
- Jiné (specifikujte):

**Otázka č. 4: Jakým jazykům se aktivně učíte ve firmě a v jaké úrovni? + odkaz na přehled jazykových úrovní.**

- Anglický jazyk
- Německý jazyk
- Český jazyk (cizinci)
- (Možnosti úrovní: 0, A1, A2, B1, B2, C1, C2)

**Otázka č. 5: Máte možnost poskytovat zpětnou vazbu ohledně vzdělávacích programů, kterých se účastníte?**

- Ano
- Ne

**Otázka č. 6: Máte možnost využití nabytých znalostí cizího jazyka ve firmě?**

- Ano
- Spíš ano
- Občas
- Spíš ne
- Ne

**Otázka č. 7: Byl/a byste ochotný/a hradit si vzdělávání v anglickém jazyce sám/a? Uved'te ANO/NE a stručné odůvodnění.**

- Ano
- Ne

**Otázka č. 8: Jak vidíte vztah mezi vzděláváním a vaším osobním a profesním rozvojem?**

- Velmi důležité
- Důležité
- Mírně důležité
- Nedůležité

**Otázka č. 9: Jste spokojeni s nabídkou kurzů, které firma poskytuje? Uved'te ANO/NE.**

- Ano
- Ne (pokud ne, uveďte, jaké kurzy byste ve firmě ocenili)

**Otázka č. 10: Platíte si jiné vzdělávací kurzy, které firma neposkytuje?**

- Ano
- Ne

Zdroj: Vlastní zpracování, 2024