



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Ekonomická fakulta



Aplikace statistických metod a postupů při vyhodnocování dat z výběrových šetření v podnicích

Diplomová práce

Studijní program: N6208 – Ekonomika a management

Studijní obor: 6208T085 – Podniková ekonomika

Autor práce: **Bc. Andrea Michálková**

Vedoucí práce: Ing. Kateřina Gurinová, Ph.D.



ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Andrea Michálková**
Osobní číslo: **E15000585**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Název tématu: **Aplikace statistických metod a postupů při vyhodnocování dat z výběrových šetření v podnicích**
Zadávající katedra: **Katedra ekonomické statistiky**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Formulace cílů práce
2. Teoretická východiska práce
3. Profil a charakteristika vybraných podniků
4. Vytvoření dotazníku a jeho předložení respondentům
5. Zpracování a vyhodnocení dat z dotazníkového šetření
6. Závěrečné shrnutí a formulace doporučení, vyplývajících ze získaných poznatků

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **65 normostran**

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

ARMSTRONG, Michael. Odměňování pracovníků. Praha: GRADA Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2890-2.

BÁRTOVÁ, Hilda a Vladimír BÁRTA. Marketingový výzkum trhu. Praha: Economia, 1991. ISBN 80-853-7809-4.

KÁBA, Bohumil a Libuše SVATOŠOVÁ. Statistické metody 2. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2008. ISBN 978-80-213-1736-9.

MALHOTRA, Naresh K. Marketing research: an applied orientation. 6th ed. Boston: Global Edition, 2010. ISBN 978-01-360-9423-4.

MALÝ, Václav. Marketingový výzkum. Teorie a praxe. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0761-7.

ŘEZANKOVÁ, Hana. Analýza dat z dotazníkového šetření. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-49-8.

Elektronická databáze článků ProQuest a EBSCO (knihovna.tul.cz).

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Kateřina Gurinová, Ph.D.

Katedra ekonomické statistiky

Konzultant diplomové práce:

Ing. Vladimíra Hovorková Valentová, Ph.D.

Katedra ekonomické statistiky

Datum zadání diplomové práce: **31. října 2016**

Termín odevzdání diplomové práce: **31. května 2018**



prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan



Ing. Vladimíra Hovorková Valentová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2016

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé diplomové práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

Anotace

Předkládaná diplomová práce se zabývá sběrem, zpracováním a vyhodnocením dat z dotazníkového šetření, zaměřeného na zaměstnanecké benefity v konkrétních podnicích. V první části práce je teoreticky charakterizována motivace zaměstnanců prostřednictvím benefitů, tvorba dotazníku a statistické metody, používané pro vyhodnocování dat z dotazníkového šetření. Praktická část práce je zaměřena na vytvoření dotazníku, který vyplnili zaměstnanci podniků Doprava na paletách s. r. o. a Vít Logistics s. r. o. Získaná data jsou následně zpracována a vyhodnocena za pomoci vhodných statistických postupů. Na základě výsledků, získaných z dotazníkového šetření, jsou podniky v této oblasti porovnány, a na závěr jsou navržena doporučení na případné zlepšení situace ve zkoumané oblasti.

Klíčová slova

Motivace, benefity, statistické metody, dotazníkové šetření.

Annotation

Application of statistical methods and procedures for evaluating data from surveys in enterprises

The thesis presented deals with collecting; processing and evaluating data gathered with the help of a survey questionnaire aimed at employee benefits in particular companies. The first part of the thesis presents a theoretical characterization of employee motivation through benefits; survey questionnaire creation and statistical methods used for evaluating the data from the survey questionnaire. The theoretical part is aimed at creating the survey questionnaire which has subsequently been filled in by employees of Doprava na paletách s.r.o. and Vít Logistics s.r.o. companies. The data collected are then processed and evaluated with the help of appropriate statistical methods. Based on the survey questionnaire findings the two companies are then compared and to conclude various recommendations of how to improve the situation in the surveyed area suggested.

Key words

Motivation, benefits, statistical methods, survey questionnaire.

Obsah

Seznam ilustrací	8
Seznam tabulek	10
Úvod	11
1 Teoretická východiska práce	12
1.1 Motivace	12
1.1.1 Typy motivace.....	13
1.1.2 Pracovní motivace	13
1.1.3 Motivační teorie	14
1.1.4 Pracovní spokojenost	16
1.2 Řízení lidských zdrojů	16
1.2.1 Odměňování pracovníků	17
1.3 Zaměstnanecké benefity.....	19
1.3.1 Historie benefitů	19
1.3.2 Význam benefitů	20
1.3.3 Členění benefitů	20
2 Zpracování dat z dotazníkového šetření.....	23
2.1 Dotazník a jeho tvorba.....	23
2.2 Typy otázek	25
2.3 Chyby při formulaci otázek	28
2.4 Statistické metody zpracování dat.....	29
2.4.1 Zpřehlednění dat pomocí tabulek a grafů.....	30
2.4.2 Charakteristiky polohy a variability	32
3 Dotazníkové šetření ve vybraných podnicích.....	35
3.1 Doprava na paletách s. r. o.....	35
3.2 Vít Logistics s. r. o.....	50
4 Vzájemné porovnání vybraných podniků a doporučení vyplývající ze získaných poznatků	64
Závěr.....	67
Seznam literatury.....	68
Seznam příloh.....	71

Seznam ilustrací

Obrázek 1 Model Motivace	12
Obrázek 2 Struktura respondentů dle pohlaví v %	36
Obrázek 3 Rozložení respondentů dle věku	37
Obrázek 4 Četnosti jednotlivých stupňů vzdělání	39
Obrázek 5 Doba trvání zaměstnání respondentů	39
Obrázek 6 Doba trvání zaměstnání respondentů v %	40
Obrázek 7 Pracovní pozice respondentů v %	40
Obrázek 8 Četnost odpovědí na otázku č. 6	41
Obrázek 9 Rozhodnutí respondentů pracovat pro podnik na základě benefitů v %	42
Obrázek 10 Míra spokojenosti respondentů s nabízenými benefity v %	42
Obrázek 11 Četnost odpovědí na otázku č. 8	43
Obrázek 12 Míra motivace respondentů stávajícími benefity v %	43
Obrázek 13 Procentuálního vyjádření odpovědí na otázku č. 9	44
Obrázek 14 Procentuální vyjádření odpovědí na otázku č. 10	44
Obrázek 15 Četnost odpovědí u nabízených zaměstnaneckých benefitů	45
Obrázek 16 Četnost zájmu respondentů o benefity	46
Obrázek 17 Struktura benefitů dle zájmu respondentů v %	47
Obrázek 18 Míra motivačních podnětů pro respondenty v %	48
Obrázek 19 Struktura respondentů dle pohlaví v %	51
Obrázek 20 Rozložení respondentů dle věku	51
Obrázek 21 Vzdělání respondentů v %	52
Obrázek 22 Četnosti jednotlivých stupňů vzdělání	53
Obrázek 23 Doba trvání zaměstnání respondentů	54
Obrázek 24 Doba trvání zaměstnání respondentů v %	54
Obrázek 25 Pracovní pozice respondentů v %	55
Obrázek 26 Četnost odpovědí na otázku č. 6	55
Obrázek 27 Rozhodnutí respondentů pracovat pro podnik na základě benefitů v %	56
Obrázek 28 Míra spokojenosti respondentů s nabízenými benefity v %	56
Obrázek 29 Četnost odpovědí na otázku č. 8	57
Obrázek 30 Míra motivace respondentů stávajícími benefity v %	57

Obrázek 31 Procentuální vyjádření odpovědí na otázku č. 9	58
Obrázek 32 Procentuální vyjádření odpovědí na otázku č. 10	59
Obrázek 33 Četnost odpovědí u nabízených zaměstnaneckých benefitů	60
Obrázek 34 Četnost zájmu respondentů o benefity	60
Obrázek 35 Struktura benefitů dle zájmu respondentů v %	61
Obrázek 36 Míra znalosti finanční hodnoty benefitů respondenty v %	61
Obrázek 37 Míra motivačních podnětů pro respondenty v %	62

Seznam tabulek

Tabulka 1 Intervalové rozdělení četností.....	37
Tabulka 2 Intervalové rozdělení četností.....	51
Tabulka 3 Porovnání výsledků dotazníkového šetření	64

Úvod

Diplomová práce se zabývá tvorbou, zpracováním a vyhodnocováním dotazníkového šetření, které je zaměřeno na zaměstnanecké benefity. Zaměstnanecké benefity jsou v současnosti důležitým prostředkem pro zvýšení motivace k lepšímu výkonu zaměstnanců a stávají se již běžnou součástí podnikových odměn. Dávno totiž neplatí, že zaměstnanci jsou motivováni pouze výší mzdy. Zaměstnanecké benefity jsou proto stále častěji používaným nástrojem při náboru nových zaměstnanců a jsou využívány pro zajištění loajality a motivace stávajících zaměstnanců. Důležitým faktorem při rozhodování mezi několika pracovními nabídkami mohou být pro uchazeče o zaměstnání právě zaměstnanecké benefity, proto je pro podniky důležité neustále sledovat podněty, které jeho zaměstnance motivují a spokojenost zaměstnanců s nabídkou benefitů.

Hlavním cílem práce je vytvoření dotazníku zaměřeného na zaměstnanecké benefity, a následně analýza a vyhodnocení dat z provedeného šetření. Na základě zjištěných výsledků jsou navrženy postupy a způsoby pro zajištění větší spokojenosti a motivace zaměstnanců jednotlivých podniků.

V práci jsou teoreticky charakterizovány pojmy motivace, pracovní spokojenost a benefity. Část práce je věnována dotazníku, jeho tvorbě a zpracování a statistickým metodám, které jsou při analýze získaných dat používány. Teoretická část práce je zpracována s pomocí odborné literatury, z níž je nejvíce využívána kniha od R. Tahala, zabývající se dotazníkem a jeho zpracováním. Využita je také literatura od M. Armstronga či od R. Kociánové zabývající se teorií motivace.

Na teoretickou část navazuje část praktická, která obsahuje především vyhodnocení vytvořeného dotazníku. Tento dotazník byl předán do dvou logistických podniků, které jsou vždy nejprve krátce představeny, a poté následuje vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníkového šetření. Výsledky obou zkoumaných podniků jsou následně porovnány v přehledné tabulce. V závěru práce jsou na základě zjištěných poznatků doporučena opatření pro zlepšení stávající situace v obou podnicích v oblasti motivace zaměstnanců.

1 Teoretická východiska práce

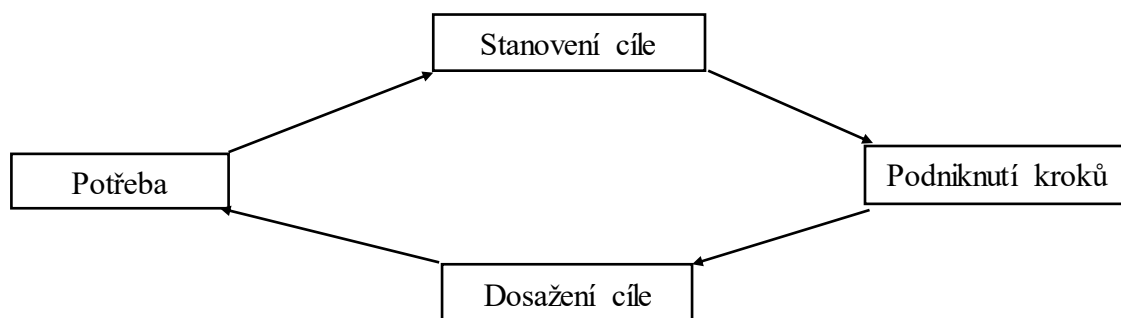
Tato kapitola je věnována teorii motivace a odměňování pracovníků a jejímu významu pro podnik. Důraz je kladen především na zaměstnanecké benefity, které jsou nedílnou součástí této problematiky.

1.1 Motivace

Teorie motivace zkoumá důvody, které vedou lidi k tomu, aby se chovali určitým způsobem. Zabývá se faktory, které ovlivňují, jaké úsilí lidé, vkládají do toho, co dělají. Zkoumá rovněž míru jejich angažovanosti a přispění do dané činnosti. (Armstrong, 2009)

Motiv je pro lidi důvodem začít něco dělat – dát věci do pohybu určitým směrem. Člověk je motivován, pokud ví, že jeho úsilí povede k dosažení cíle, který uspokojí jeho konkrétní potřeby. Dobře motivováni jsou ti lidé, kteří mají jasně definované cíle a veškeré kroky podnikají k jejich dosažení. (Armstrong, 2009)

Na obrázku 1 je znázorněn model motivace založený na teorii potřeb. Zjištění neuspokojených potřeb vyvolá přání tyto potřeby uspokojit. Na základě toho jsou stanoveny cíle a jednotlivé kroky k jejich dosažení. Pokud je cíle dosaženo, dochází k uspokojování potřeb, jednotlivé kroky byly tedy úspěšné a budou se pravděpodobně opakovat při pocítění stejné potřeby. Po uspokojení jedné potřeby se objevují nové potřeby a celý proces se znovu opakuje. (Armstrong, 2009)



Obrázek 1 Model Motivace

Zdroj: Vlastní zpracování na základě Armstrong, 2009

Motivace lidské činnosti je chápána jako charakteristika osobnosti, ať už jako motivace pro veškeré aktivity lidí, nebo konkrétních forem jejich pracovního jednání. Pojem motivace vyjadřuje tedy skutečnost, že v lidské psychice existují vědomé i nevědomé pohnutky, které působí jako vnitřní hybné síly. Tyto síly touží po uspokojování potřeb, které jsou nyní nenaplněny. (Bedrnová, Nový, 2002)

1.1.1 Typy motivace

K motivaci lze dojít dvěma způsoby. V prvním případě lidé motivují sami sebe tím, že vykonávají činnost, kterou dosahují svých cílů a uspokojují tak své potřeby. Ve druhém případě jsou motivováni druhou osobou pomocí různých metod, jako je odměňování, pochvala atd. (Armstrong, 2007)

Existují tedy dva typy motivace – vnitřní a vnější. Vnitřní motivace je případ, kdy člověk motivuje sám sebe na základě vnitřních pohnutek, tak aby uspokojil své vlastní potřeby. Vnější motivace přichází od druhých, aby byly naplněny jejich společné cíle. Tvoří jí odměny, pochvaly, povýšení, ale také tresty. Vnitřní motivace, která vychází z daného jedince, má většinou dlouhodobější a hlubší účinek než vnější formy motivace, které jsou nucené z vnějšku. (Armstrong, 2007)

1.1.2 Pracovní motivace

Práce velmi ovlivňuje vnitřní svět motivů člověka, odhaluje jeho nové potřeby a zájmy. Sama o sobě se stává středem zájmu lidského života, někdy až ústřední životní hodnotou. Práce vždy limituje a zároveň bere lidem jejich volný čas, provokuje tak v nich touhu po právu na lenost a nicnedělání. Osobnostní zralost člověka vyjadřuje pak jeho schopnost odolávat těmto touhám po věčné pohodě a přitom se jim přepjatě nevyhýbat. Chtít pracovat, umět pracovat a pracovat rád a zároveň umět odpočívat se stává přirozeným smýšlením lidského života. Úspěšnost člověka ve světě práce je založena na jeho osobnostní zralosti a výbavou žádoucími rysy. Mezi tyto předpoklady patří odhodlání, vytrvalost, trpělivost, cílevědomost, svědomitost, soustředěnost na práci, výkonnost a širší

schopnosti a dovednosti člověka atd., v neposlední řadě také motivace. (Dvořáková a kol., 2007)

Teorii a pohledů na pracovní motivaci je známo několik, ale všechny spojuje myšlenka, že motivací k práci není pouze získat zdroje obživy a tím uspokojit své základní potřeby. Lidé mohou být rovněž motivováni pouhým uspokojením z průběhu práce samotné, dosaženými výsledky, prestiží svého povolání, uznáním svých kolegů apod.

(Štikar, Rymeš, Riegel, Hoskovec, 2003)

Jsou známi dvě skupiny motivů k práci, a to intrinsické motivy (vnitřní), které přímo souvisejí s prací, práce sama o sobě je chápána jako zdroj uspokojení, radosti a seberealizace, a extrinsické motivy (vnější), které jsou mimo danou práci a práce je zde chápána jako prostředek uspokojování potřeb. Mezi nejvýznamnější intrinsické motivy patří: potřeba samotné činnosti, potřeba kontaktu s jinými lidmi, potřeba uspokojení z výkonu, touha po moci, potřeba seberealizace, snaha prokázat své kvality a rozvíjet své osobní předpoklady. Nejvýznamnější extrinsickými motivy jsou: potřeba peněz, potřeba jistoty spojená s budoucností člověka, potřeba potvrzení vlastní důležitosti, potřeba sociálních kontaktů, sounáležitosti a partnerského vztahu, jelikož v pracovním prostředí je možné navazovat kontakty. (Bedrnová, Nový, 2002; Kociánová, 2010)

1.1.3 Motivační teorie

Teorie, které se zabývají pracovní motivací, je možné rozdělit do dvou skupin. První skupina teorií se snaží vysvětlit obsah motivace. Zabývá se tím, co motivuje člověka k práci, lidskými potřebami, jejich vztahy a preferencemi. Zjišťuje, které faktory mají vliv na pracovní výkon člověka. Mezi tyto teorie patří například Maslowa hierarchie lidských potřeb, Herzbergova dvoufaktorová teorie a Alderferova teorie ERG a. Druhá skupina teorií je zaměřena na proces, tzv. kognitivní teorie. Tato skupina se snaží více do hloubky vysvětlit proces pracovní motivace. Do této skupiny teorií patří například Vroomova expektační teorie, teorie cíle od Lathama a Lockeho, teorie spravedlnosti od Adamse. (Kociánová, 2010)

Herzbergova dvoufaktorová teorie je zaměřena na spokojenost zaměstnance v práci. Herzberg rozdělil faktory, které člověka v práci ovlivňují, na dvě skupiny – faktory, které se váží přímo k osobnosti člověka a faktory, které se vztahují k objektivním vnějším podmínkám práce. (Kociánová, 2010)

První skupina faktorů je označována jako motivátory, které ovlivňují pracovní spokojenost, úsilí a výkonnost, pozitivně či negativně. Motivátory s pozitivním účinkem na pracovní spokojenost jsou úspěšný výkon, vyslovené uznání, odpovědnost, zajímavá práce apod. Mezi motivátory s negativním účinkem, tedy působící pracovní nespokojenost, patří neúspěšný výkon, nedostatek uznání, nudná práce, překážky v postupu, nedostatek seberealizace apod. (Kociánová, 2010)

Druhá skupina faktorů je označována jako hygienické vlivy či frustrátory, které mají pouze v případě negativního stavu vliv na nespokojenost pracovníků. Pokud jsou tyto faktory v pořádku, člověk si je neuvědomuje. Začínají ho ovlivňovat, pouze pokud jsou v nepořádku, způsobují tak jeho nespokojenost. Mezi frustrátory, které nijak neovlivňují spokojenost, jsou řazeny například plat, jistota pracovního místa, vysoký status či dobrá personální politika. Frustrátory, které způsobují nespokojenost, jsou špatné pracovní podmínky, nejistota pracovního místa, nízký status a špatná personální politika. (Kociánová, 2010)

Významem této teorie je, že spatřuje úzký vztah mezi motivací a pracovní spokojeností. Tato teorie zaznamenala ale také velkou vlnu kritiky o obecné platnosti – např. pracovní postup nebude mít pozitivní vliv na spokojenost pracovníka, pokud o něj nemá opravdu zájem. (Nakonečný, 2005)

Vroomova expektační teorie je teorie zaměřená na proces, která je založena na myšlence, že sílu motivace k provádění dané činnosti ovlivňuje velikost očekávání dosažení cíle, ale také samotná přitažlivost a hodnota daného cíle. Pracovní činnost je prostředek, který vede k dosažení určité hodnoty. (Kociánová, 2010)

Tato teorie je vyjádřena vzorcem: $M = f(V, E)$, kde

M – úroveň motivace,

V – valence, tj. očekávané uspokojení, k němuž motivované jednání povede,

E – expektace, tj. očekávání, že jednání skutečně povede k očekávanému výsledku.

(Provazník, Komárková, 1996)

Expektační teorie říká, že motivace člověka je ovlivněna významem, který pro něj má dosažení určitého cíle, a pravděpodobnost dosažení tohoto cíle. (Kociánová, 2010)

1.1.4 Pracovní spokojenost

Spokojenost člověka představuje jeho vnitřní subjektivní pocity v osobním i pracovním životě. Ovlivňují ji naplněná očekávání, dosažené cíle, pozitivní události. Vnímání spokojenosti člověka je velmi individuální, významnou roli zde hrají emoce, potřeby, postoje a hodnoty. Pracovní spokojenost má velký význam při řízení organizace v souvislosti s pracovní motivací. Mezi faktory, které posilují pracovní spokojenost patří - průhledná organizační a personální politika, jasné a dosažitelné cíle práce, různorodá práce, vlastní kontrola nad prací, příležitost využít své schopnosti a zkušenosti při práci, ocenění, sociální pozice v organizaci, finanční ohodnocení, spolupráce, mezilidské vztahy atd. Faktory zeslabující pracovní spokojenost jsou především - časový stres, pracovní zátěž, převaha nepředvídatelných vlivů na práci, nereálné pracovní nároky, špatné vztahy na pracovišti, nedostatek času na osobní život, psychosomatické důsledky práce. (Kociánová, 2006)

1.2 Řízení lidských zdrojů

Řízení lidských zdrojů je strategicky a logicky promyšlený postup, který se zabývá řízením lidí, které v organizaci pracují. Jeho základním cílem je zajistit, aby byla organizace schopna dosáhnout stanovených cílů prostřednictvím svých pracovníků. Politika řízení lidských zdrojů se týká také plnění dílčích cílů, jako jsou:

- řízení lidských zdrojů pro vytváření konkurenční výhody organizace,
 - budování větší oddanosti pracovníků,
 - zvyšování odpovědnosti,
 - vytváření strategie odměňování pro podporu výkonu,
 - podpora týmové práce a spolupráce,
 - vytváření plošší a flexibilnější organizace schopné rychle reagovat na změny aj.
- (Armstrong, 2010)

Každá organizace by měla mít strategie, které vedou k zajištění dlouhodobého rozvoje. Jednou z nich je právě personální strategie, která se zabývá tvorbou filozofie a přístupu k vedení lidí, rozvojem podnikových hodnot a kultury, rozvojem potenciálu lidských zdrojů, řízením vztahů na pracovišti apod. Mezi úkoly personálního managementu patří také plánování a výběr pracovníků, jejich organizování, rozvoj, motivace a kontrola. (Forsyth, 2003)

Pokud jsou pracovníci dobře motivováni, podávají na pracovišti lepší výkon. Pro personální management je velmi obtížné vytvořit kvalitní motivační systém, tak aby byl podpořen každý individuální pracovník či pozice. Pozitivně motivovat zaměstnance nemusí jen peněžní formy odměňování, které mají sice velmi silný pozitivní motivační efekt, ale také různé nepeněžní formy, jako vedení lidí, míra odpovědnosti, atmosféra na pracovišti, vztahy mezi zaměstnanci a také možnost osobního rozvoje. Pokud pracovníci nejsou dostatečně nebo správně motivováni, může to mít negativní vliv na jejich pracovní výkon. Nedostatečná motivace se může projevit absentismem, zvýšenou fluktuací, plýtváním časem, špatnou atmosférou na pracovišti, sníženým zájmem o práci, sníženým tempem a kvalitou práce, nižší kreativitou apod. (Forsyth, 2003)

1.2.1 Odměňování pracovníků

Základním cílem odměňování pracovníků je odměňovat je spravedlivě a důsledně podle jejich přínosu pro organizaci, tak aby byli motivováni a posloužilo to k budoucímu dosahování stanovených cílů organizace. Odměňování se netýká pouze finančních odměn a zaměstnaneckých výhod, ale také nefinančního a nehmotného odměňování, jako je

pochvala, uznání, vzdělávání, rozvoj pracovníků, růst pravomoci a odpovědnosti při práci.
(Armstrong, 2009)

Odměňování zahrnuje tyto složky:

- základní peněžní odměnu a dodatečné peněžní odměny,
- zaměstnanecké výhody,
- nepeněžní odměny (uznání, ocenění, úspěch...),
- procesy řízení pracovního výkonu.

(Armstrong, 2007)

Celková odměna pro pracovníky pak zahrnuje všechny nástroje, které může organizace využít pro získávání, udržení a motivaci pracovníků. Tuto celkovou odměnu tvoří transakční odměny, které jsou hmotné a hmatatelné (peněžní odměny, zaměstnanecké výhody, a relační odměny, které mají nehmotnou povahu (rozvoj, vzdělání).
(Armstrong, 2007)

System odměňování má za úkol odlišit výkonné pracovníky od nevýkonných, odlišit pracovníky s požadovanou různou úrovní kompetencí, pravomocí a odpovědnosti, a odlišit pracovníky s různou hodnotou na trhu práce. (Pilařová, 2008)

System odměňování pracovníků lze rozdělit na:

1) hmotné odměny a výhody

peněžní odměny

přímé - základní mzdy, prémie za práci přesčas, za práci na směny, za věrnost, podíly, osobní ohodnocení apod.

nepřímé - příspěvky na pojištění a zdravotní péči, příspěvky na dovolenou, stravování, cestovné apod.

nepeněžní odměny a výhody

vybavení pracoviště, pomocný personál, služební auto, mobilní telefon apod.

2) nehmotné odměny a výhody

růst kvalifikace a stabilizace, rozhodovací pravomoc, odborný růst, volná pracovní doba, vzdělání, odpovědnost, možnost podílet se na tvorbě cílů společnosti, pochvala apod.

(Tomšík, 2005)

1.3 Zaměstnanecké benefity

Zaměstnanecké benefity, neboli výhody, jsou odměny pro pracovníky, poskytované nad rámec jejich mzdy či platu, z větší části v nepřímé souvislosti s pracovním výkonem. Zaměstnavatel je poskytuje dobrovolně, na základě svého vlastního rozhodnutí, pracovníci na ně nemají právní nárok. Bývají předmětem kolektivního vyjednávání a kolektivních smluv, mohou být zahrnuty ve vnitřním předpise zaměstnavatele nebo dokonce v pracovní či jiné smlouvě uzavřené mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem. (Pelc, 2009)

1.3.1 Historie benefitů

Poskytování odměn zaměstnancům, které neměly povahu naturální mzdy, je spojováno s počátky širšího rozvoje námezdní práce. Již za Rakouska-Uherska bylo zaměstnancům státních drah např. poskytováno uhlí. Velkým průkopníkem zaměstnaneckých benefitů byl podnikatel Tomáš Baťa, který přispěl k velkému rozvoji těchto výhod pro zaměstnance počátkem minulého století. Tomáš Baťa byl úspěšný podnikatel a inovátor nových metod organizace a řízení, který zahrnul do své podnikové strategie i péči o své zaměstnance. Pochopil, že starost a péče o zaměstnance je důležitá, a může být oboustranně výhodná. Baťa pečoval o své zaměstnance např. tím, že zbudoval závodní jídelnu, zavedl preventivní lékařské prohlídky, vystavěl rodinné domky, nabízel možnost sportovního a kulturního vyžití aj. Těmito výhodami zvyšoval kvalitu života svých zaměstnanců a zároveň upevňoval jejich vztah a loajalitu k podniku. Dokázal, že je výhodné tímto způsobem pozitivně motivovat zaměstnance, jelikož tím zvyšoval jejich produktivitu práce a tím i výkonnost celého podniku. (Lešingerová, 2008)

1.3.2 Význam benefitů

Hlavním cílem poskytování zaměstnaneckých benefitů je motivace zaměstnanců k vyššímu pracovnímu výkonu a loajalitě vůči zaměstnavateli. Dalším důvodem poskytování benefitů je snaha zaujmout kvalifikované a kvalitní pracovníky na trhu práce. Nabídka zajímavých benefitů může být pro potenciální zaměstnance větší motivací k práci, než samotná peněžní odměna ve formě mzdy či platu. Správně zvolený systém nabízených benefitů a optimální systém odměňování zaměstnanců přispívá ke zvýšení konkurenceschopnosti podniku na trhu práce. (Macháček, 2010)

Poskytování zaměstnaneckých benefitů je součástí personální politiky, jejíž funkcí je motivovat zaměstnance k odvádění kvalitnější práce. Platí, že pokud se zvyšuje spokojenost zaměstnanců na pracovišti, roste i jejich pracovní výkonnost, příznivý postoj k zaměstnavateli a pocit sounáležitosti s podnikem. Počet a povaha nabízených benefitů závisí na možnostech zaměstnavatele, posiluje jeho image a atraktivitu a v neposlední řadě ho odlišuje od konkurence. Většinou platí, že zaměstnanci ve velkých podnicích mají k dispozici i větší počet různorodých benefitů než v menších podnicích. Poskytování nefinančních odměn bývá spíše záležitostí velkých podniků. U malých podniků může být ale, díky jejich menšímu kolektivu a tím jednoduššímu řešení personálních otázek, jednodušší zavést benefity jako je pružná pracovní doba, možnost práce z domova (home-office) či placené volno během nemoci (sick days). (Pelc, 2009)

1.3.3 Členění benefitů

Benefity je možné členit podle několika hledisek – věcného, časového, z hlediska úhrnlosti a volitelnosti, dle charakteru benefitů či z hlediska diferenciacce. V neposlední řadě je možné k benefitům přistupovat dle daňové a odvodové výhodnosti pro zaměstnavatele i zaměstnance. (Pelc, 2009)

Zaměstnanecké benefity mohou být u zaměstnance osvobozeny od daně z příjmů ze závislé činnosti, zahrnovány nebo nezahrnovány do vyměřovacího základu pro stanovení odvodu pojistného na sociální a zdravotní pojištění, zdaňovány daní z příjmů ze závislé činnosti z tzv. superhrubé mzdy. U zaměstnavatele mohou tyto benefity být poskytovány na vrub

daňově či nedaňově uznatelných výdajů (nákladů), poskytovány z FKSP, ze sociálního nebo podobného fondu tvořeného ze zisku po jeho zdanění, poskytovány ze zisku po jeho zdanění. Optimální zaměstnanecké benefity jsou takové, které jsou na straně zaměstnance osvobozeny od daně z příjmů ze závislé činnosti a nezahrnují se do vyměřovacího základu pro výpočet pojistného a současně jsou na straně zaměstnavatele daňově účinným výdajem (nákladem), který snižuje základ daně z příjmů. (Macháček, 2010)

Z věcného hlediska jsou rozlišeny benefity s podporou zaměstnaneckého vztahu související s pracovním zařazením, do kterých se řadí např. příspěvek na dopravu do zaměstnání nebo na ubytování, poskytnutí osobního automobilu aj. Tyto benefity jsou poskytovány především v místech, kde není dobré dopravní spojení. Dále jsou z věcného hlediska rozlišeny benefity s podporou osobního kvalifikačního rozvoje a vzdělávání, např. jazykové a vzdělávací kurzy, benefity podporující zdravotní či sociální podmínky života zaměstnanců, např. poskytnutí vitamínů, léčivých přípravků, očkování, vakcíny proti chřipce, poskytnutí zdravotní obuvi, sick days či poskytnutí půjčky nebo podpory v obtížné situaci. Posledním druhem benefitů, dělených z hlediska věcného, jsou benefity podporující volný čas zaměstnanců, které mají kulturní, sportovní či rekreační charakter. (Pelc, 2009)

Z hlediska času jsou benefity děleny na jednorázové, např. bezúročné půjčky, sociální výpomoci, krátkodobé, např. příspěvky na stravování, a dlouhodobé, např. penzijní připojištění. (Pelc, 2009)

Členění benefitů podle charakteru je rozlišováno z pohledu zaměstnavatele a zaměstnance. Z pohledu zaměstnavatele mohou mít benefity finanční či nefinanční charakter, podle toho, zda na ně zaměstnavatel vydává finanční či nefinanční prostředky. Nefinančními benefity jsou např. poskytnutí služebního motorového vozidla pro soukromé účely zaměstnance, parkování zdarma a náhrada dopravného, kvalitní kávovar, školení a další rozvoj dovedností zaměstnanců, příjemná atmosféra kanceláře aj. Z hlediska zaměstnance jsou rozlišovány benefity peněžní a nepeněžní. V případě peněžního benefitu obdrží zaměstnanec příslušnou finanční částku, v případě nepeněžního benefitu se jedná o bezplatné či zvýhodněné služby zaměstnancům – zdravotní, rekreační, kulturní, sportovní apod. (Pelc, 2009)

Z hlediska úhrnlosti a volitelnosti jsou benefity nabízeny dvěma způsoby – fixním systémem a flexibilním systémem. Při fixním systému jsou zaměstnavatelem poskytovány benefity plošně všem zaměstnancům, všichni na ně mají nárok a je na jejich rozhodnutí, zda je budou čerpat. Flexibilní systém, tzv. cafeteria, znamená stanovení balíčku firemních benefitů a ročního limitu bodů zaměstnavatelem, které může zaměstnanec vyčerpat. Zaměstnanci tak mají možnost vybrat si takové benefity, které jim nejlépe vyhovují. (Macháček, 2010)

Z hlediska diferenciacie jsou benefity rozlišovány na základě charakteru činnosti zaměstnance, pracovní pozice, nebo počtu odpracovaných let. (Pelc, 2009)

2 Zpracování dat z dotazníkového šetření

Tato kapitola se podrobněji zabývá dotazníkem, jakožto nejvýznamnějším nástrojem pro získání požadovaných dat. Součástí kapitoly je rovněž teoretické vymezení statistických metod a postupů, potřebných pro zpracování údajů z dotazníkového šetření.

2.1 Dotazník a jeho tvorba

Dotazník je formulář, který je navržený za účelem zjištění důležitých dat a informací. Dotazníky mají několik cílů, nejdůležitější z nich je získání informací od respondentů a dále pak poskytnutí přesné struktury pro rozhovory. V každém dotazníkovém šetření je důležité, aby všem respondentům byly pokládány stejné otázky. Dalším cílem dotazníku je zajištění standartního formuláře pro zápis veškerých sesbíraných dat. V neposlední řadě dotazníky ulehčují sběr a zpracování dat. (Hauge, 2003)

Dotazníky jsou nejpoužívanějším nástrojem pro sběr dat. Respondenty, kteří vyplní dotazník, je možné kontaktovat několika způsoby – telefonem, e-mailem, poštou nebo osobním rozhovorem. Každá z těchto forem má své výhody i nevýhody. Obecně lze ale mezi výhody dotazníku řadit rychlé získávání informací, anonymitu respondentů, relativně snadné zpracování výsledků a jednoduché zaškolení tazatele, případně tazatel není vůbec potřeba. Nevýhodou u dotazníku může být nesprávné pochopení otázky respondentem, vyplnění nepravdivých informací, případná nízká návratnost dotazníku či zkreslení celého dotazníkového šetření vinou nesprávné formulce otázek. (Vašítková, 2014; Malátek, 2001)

Při tvorbě dotazníku je důležité znát účel dotazování, tedy vědět, jaká data jsou pro výzkum důležitá, tak aby byly pokládány jen otázky související s cílem výzkumu. Díky tomu nebude docházet k prodlužování dotazování a zbytečně se nebudou hromadit data, která nebudou využita. (Tahal, 2015)

Aby měl respondent chuť odpovídat, je důležité dobré stylistické sestavení dotazníku. Vhodným formátem nejčastěji bývá A4, protože větší formát vzbuzuje v respondentech pocit nesnadné manipulace a menší formát nutí k většímu soustředění, případně může být vzhledem k menšímu písmu špatně čitelný. Dále je důležité dbát na členění a prostorové

uspořádání textu, barvu písma, doplnění dotazníku o kresby apod. (Příbová, 1996)

Otázky by měly být jasně formulované, jednoduché, srozumitelné. Zároveň by otázky neměly být příliš osobní, jelikož respondent nemusí být ochoten a schopen na ně odpovídat. Nelze nijak ověřit, zda respondentovy odpovědi jsou pravdivé. Je proto důležité pokládat takové otázky, které respondenta neodvrátí od vyplňování a bude ochoten na ně pravdivě odpovědět. (Tahal, 2015)

Při sestavování dotazníku je nutné dobře stanovit délku a členění dotazníku, tak aby nebyl respondent odrazen od vyplňování. Pokud je nutné sestavit delší dotazník, je užitečné rozčlenit ho do několika tematických sekcí, které budou vždy uvedeny krátkou větou o tématu, kterým se zabývají. Počet otázek by měl být zvolen tak, aby byla získána potřebná data. Zároveň by ale neměl být respondent příliš obtěžován velkým počtem otázek. Je také vhodné si uvědomit, že s narůstající délkou dotazníku klesá respondentova pozornost. Celkovou délku dotazníku je dobré měřit v minutách nežli počtem otázek. Každá otázka je totiž jinak časově náročná. Únosná délka dotazníku závisí na konkrétních podmínkách v dané situaci a respondentově vnitřní i vnější motivaci odpovídat na otázky. (Kozel a kol., 2006)

U osobního dotazování je jedním z důležitých faktorů působících na respondenta i prostředí dotazování a vystupování tazatele. Výběr vhodného místa i situace pro dotazování je úkolem tazatele. Mělo by to být co nejpříjemnější místo, kde bude respondent v klidu odpovídat. Tazatel by měl být vždy příjemný se sympatickým vystupováním, vstřícným tonem a příjemnou modulací hlasu. Jeho osobnost má při osobním i telefonickém dotazování velký vliv na úspěšnost dotazování. (Tahal, 2015)

Dotazník by měl být sestaven podle několika osvědčených pravidel, aby byl sběr dat úspěšný a efektivní. V úvodu by měl být uveden účel dotazování a orientační délka vyplnění dotazníku. Na respondenty pozitivně působí, pokud se tazatel představí, uvede např. organizaci, pro kterou pracuje, případně důvod své zainteresovanosti v dotazníkovém šetření. Úvod by měl být krátký, jasný, přehledný. (Tahal, 2015)

Otázky do dotazníků jsou rozděleny do několika skupin. Na začátku jsou pokládány snadné otázky s možností jednoduché odpovědi, postupně se respondent dostává ke složitějším otázkám, které se již týkají podstaty dotazování. V závěru jsou většinou doplněny otázky sloužící k dalšímu rozdělení respondentů do skupin a podskupin. (Tahal, 2015)

Filtrační otázky identifikují, zda oslovený respondent spadá do cílové skupiny daného výzkumu. Odpovědi na tyto otázky rozhodují o ukončení či pokračování v dotazování. Filtrační otázky musí být pečlivě, srozumitelně a jednoznačně formulovány, aby nedocházelo k jejich subjektivnímu výkladu. Kvótní otázky se týkají například věku či vzdělání. Pokud není nutné zjišťovat tyto informace na začátku dotazování, je možné je zařadit nakonec jako identifikační otázky. Meritorní otázky jsou stěžejní částí dotazníku. Jsou to otázky, které se přímo týkají cíle výzkumu. Je důležité dávat otázky do logických celků, postupovat od obecného ke konkrétnímu. Poslední částí dotazníku bývají informační otázky, které slouží k rozdělení respondentů do skupin podle jejich bydliště, věku, příjmu, zaměstnání apod. Některé z těchto otázek mohou sloužit také jako kvótní, pak jsou zařazeny na začátek dotazníku. (Tahal, 2015)

2.2 Typy otázek

Použitá forma k pokládání otázek respondentovi může ovlivnit jeho odpověď. Základní dělení otázek je na otázky otevřené, uzavřené a polouzavřené.

Otevřené otázky umožňují respondentovi odpovědět svými slovy, není limitován danými variantami odpovědí, může se tedy svobodně vyjádřit. Tyto otázky často odhalí více, než uzavřené otázky, ale respondent může také uvádět velké množství podružných informací. Vyhodnocování otevřených otázek je proto velmi obtížné, je třeba si nejprve všechny odpovědi projít a poté určit způsob jejich vyhodnocování.

(Kotler, Wong, Saunders, Armstrong, 2007)

Při tvorbě dotazníku s otevřenými otázkami je dobré promyslet, jak obsáhlé mají být odpovědi. Někdy stačí pouze heslovitá vyjádření, naopak někdy je potřeba co možná nejvíce vyčerpávající odpověď. Proto je vhodné respondentovi pomoci vyčleněného

prostoru na odpověď tuto skutečnost naznačit. Může to být jeden řádek, rámeček, nebo velký prostor, do kterého se vejde celý odstavec. (Tahal, 2015)

Je možné rozlišovat tyto typy otevřených otázek:

- volné otázky – absolutní volnost respondenta při odpovědích,
- asociační otázky – respondent uvádí první slovo, které ho napadne vzhledem k pojmům uvedených v dotazníku,
- volné dokončení věty či povídky,
- dokončení obrázku – respondent doplňuje reakci jedné ze dvou postav na obrázku,
- dokončení tematického námětu – respondent vymýšlí příběh k nakreslenému obrázku v dotazníku.

(Foret, Stávková, 2003)

Uzavřené otázky nabízejí respondentovi všechny varianty odpovědí a ten pouze zvolí odpověď podle svého mínění. Jejich výhoda je především v tom, že odpovědi na ně se snadněji zpracovávají a vyhodnocují s využitím různých statistických metod. Jejich nedostatkem je vnucování určité varianty odpovědi respondentovi, a tím může docházet ke zkreslení výzkumu. (Machková, 2006)

Uzavřené otázky jsou rozděleny na:

- dichotomické – u těchto typů otázek má respondent možnost volby pouze mezi dvěma variantami (př.: žena – muž, ano – ne, souhlasím – nesouhlasím). Jejich hlavní výhodou je velmi snadná zpracovatelnost. Naopak nevýhodou je respondentovo rozhodování mezi extrémními možnostmi.
- trichotomické – respondent má na výběr tři možnosti, jak odpovědět. Oproti dichotomickým otázkám zde přibývá možnost „nevím“, „nemohu posoudit“, „nejsem si zcela jist“ apod.
- polytomické – respondentovi je nabídnuto více variant možných odpovědí, ze kterých si může vybrat buď pouze jednu, nebo několik, případně má dané varianty seřadit.

(Malý, 2004)

Uzavřené otázky je možno také dělit podle toho, zda respondent vybírá odpovědi z variant nebo za škály.

U výběru z variant se respondentovi nabídne několik možností odpovědi, z nichž jednu nebo několik vybere. Je nutné respondentovi sdělit, zda má z nabízených odpovědí vybrat pouze jednu či může zvolit více variant. Někdy je také možno respondentovi uvést přesný počet variant odpovědí, které má vybrat, případně aby své možnosti seřadil od nejoblíbenější k méně oblíbené. Důležité je ale výběr z variant nepřekomplikovat, tak aby nebyl respondent od vyplňování odrazen. (Kozel a kol., 2006)

U varianty ze škály respondent svým výběrem vyjadřuje míru souhlasu s daným tvrzením. Škály jsou rozdělovány na číselné a slovní. Číselná škála mívá lichý počet stupňů, většinou pět či sedm a to z toho důvodu, aby respondent mohl na škále vybrat i prostřední neutrální hodnotu. Výhodou této škály je, že nezatěžuje respondenta dlouhým čtením variant odpovědí. (Kozel a kol., 2006)

U slovní škály je respondentovi nabídnuto několik slovních možností pro vyjádření jeho souhlasu. Tuto škálu je možné lépe přizpůsobit konkrétnímu znění otázky. Číselná škála mívá obvykle čtyři stupně, prostřední neutrální hodnota se nenabízí, respondenti jí totiž často volí jako nejjednodušší variantu, a tím se v podstatě vyhnou odpovědi. (Tahal, 2015)

Další z možností, jak prezentovat varianty odpovědí je tzv. baterie či matice otázek. Tato možnost je v dotaznících často využívána, jelikož je přehledná a šetří čas při vyplňování. Spočívá v položení jedné základní otázky respondentovi, která je dále rozvíjena. Respondent odpovídá vždy na stejné škále. Například může být položena otázka: „Do jaké míry jste spokojen se svým mobilním telefonem?“ Na škále od „velmi spokojen“ až po „velmi nespokojen“ hodnotí respondent podle svého názoru jednotlivé parametry, např. vzhled, funkčnost, cena, váha apod. (Tahal, 2015)

Podobný způsob zobrazení možných odpovědí je sémantický diferenciál. Respondentovi je opět položena jedna rámcová otázka a následně jsou nabídnuty protiklady, většinou formou přídavných jmen, mezi kterými je znázorněna číselná škála. Například může být položena otázka: „Jak hodnotíte prezidenta republiky?“. Nabízené protiklady mohou být: morální –

nemorální, sympatický – nesympatický, důvěryhodný – nedůvěryhodný apod. Respondent na škále mezi těmito protiklady vyznačí svou odpověď. (Machková, 2006)

Kromě základních možností popsaných výše, je možné např. barevně vyznačovat v textech či obrázcích zajímavé nebo naopak nudné pasáže, sestavovat koláže apod. Zajímavým typem otázky je přiřazování bodů neboli rozdělovací škála, kde je respondentovi přidělen pomyslný počet bodů nebo peněz, a tento počet rozděluje mezi nabídnuté možnosti. Dalším typem otázky je seřazování dle oblíbenosti či důležitosti, ve kterém respondent sestavuje z nabízených možností pořadí podle svého názoru na danou otázku. Existuje mnoho dalších způsobů pro zobrazení otázky a možných variant odpovědí. Možnosti jejich konstrukce jsou téměř neomezené a záleží pouze na tvůrci dotazníku, jaký typ otázek vybere. (Tahal, 2015)

Polouzavřené otázky jsou řešením pro situaci, kdy žádná z nabízených variant odpovědí respondentovi nevyhovuje. Respondent může svůj názor formulovat přes odpověď „jinak“, u které bývá místo na vysvětlení vlastní odpovědi. Často ale takto vybraná odpověď zůstává bez dalšího vysvětlení. (Machková, 2006)

2.3 Chyby při formulaci otázek

Špatně a nejasně formulované otázky mohou být respondenty nesprávně pochopeny a tím mohou podstatně zkreslit výsledky dotazníkového šetření.

Mezi nejčastější chyby patří:

- nejednoznačnost pojmů,
- příliš mnoho záporů v otázce,
- dlouhé, nejasné otázky,
- sugestivní otázky, které navádějí k určité odpovědi,
- použití slangu, zkratk, neznámých či dvojsmyslných slov,
- překrývání variant odpovědí.

(Hague, 2003)

U tvorby dotazníku je důležité myslet na cílovou skupinu respondentů a jednotlivé otázky této skupině přizpůsobit.

2.4 Statistické metody zpracování dat

Data získaná z dotazníkového šetření je potřeba určitým způsobem zpracovat, klasifikovat a vyhodnotit, tak aby vynikly charakteristické rysy a zákonitosti analyzovaných dat. (Zbořil, 1998)

Při práci s nasbíranými daty je třeba nejprve prozkoumat jejich úplnost a přesnost. Pokud je to nutné, je vhodné doplnit chybějící informace, případně naopak vyloučit zjevně nesprávné či nejasné informace. Mezi nejobvyklejší chyby patří:

- chyby způsobené tazatelem (špatné kladení otázek či fiktivní rozhovory),
- neadekvátní odpovědi (odpovědi neúplné, nejasné, víceznačné),
- nekonzistentní odpovědi,
- irelevantní odpovědi (odpověď se netýká položené otázky),
- chyby způsobené špatnou spoluprací respondenta (respondent může odpovědi označit zcela náhodně),
- nezřetelné odpovědi (nečitelný rukopis, nejasnost, která otázka je označena).

(Malý, 2004)

Tyto chyby je možné napravit několika způsoby. Nejvěrnějším způsobem je zpětné kontaktování respondenta, jedná se ale většinou o nákladnou možnost. Často se také stává, že kontakt není dohledatelný, dotazníkové šetření bývá anonymní. Dalšími způsoby může být odvození odpovědi z jiných otázek nebo výběr neutrální odpovědi. V krajním případě je možné problematické otázky zcela vyřadit, nebo dokonce vyřadit celý dotazník. (Zbořil, 1998)

Získané údaje je vhodné rozřadit do tříd či kategorií pro lepší přehlednost. Nejprve je nutné definovat třídící znaky jednotlivých kategorií a poté dbát na správné rozřazení

údajů. Údaje je také možno kódovat, převést je na symboly (nejčastěji čísla), tak aby vyhodnocení odpovědí bylo jednodušší. (Zbořil, 1998)

Statistický znak, neboli statistická proměnná, je označení určité vlastnosti, kterou má v dané míře každá jednotka zkoumaného statistického souboru. Statistické proměnné jsou rozděleny do třech základních skupin – nominální, ordinální a metrické. (Budíková, Králová, Maroš, 2010)

Nominální proměnné, jsou proměnné pouze slovní, které nelze hierarchicky uspořádat. U dvou variant této proměnné lze pouze konstatovat, zda jsou stejné nebo různé. Např. rodinný stav, typ profese, lékařská diagnóza apod. Ordinální proměnné mohou být číselné i slovní a jejich obměny je možné uspořádat od nejnižší k nejvyšší. Např. školní klasifikace či nejvyšší dosažené vzdělání. Metrické, neboli měřitelné proměnné, mohou být pouze číselné a jsou dány v měrných jednotkách, vyjadřují velikost určitých vlastností a lze určit o kolik je jedna vlastnost větší nebo menší než druhá. Nabývají kladných i záporných hodnot. Např. teplota, hustota, délka atd. Podskupinu metrických proměnných tvoří proměnné kardinální, které nabývají pouze kladných hodnot. Je možné je porovnávat rozdílem i podílem. Např. věk, váha, výška atd. (Budíková, Králová, Maroš, 2010)

2.4.1 Zpřehlednění dat pomocí tabulek a grafů

Výsledky dotazníkového šetření umožňují přehledně zobrazit grafy a tabulky, jejichž cílem je, aby vynikly charakteristické rysy a zákonitosti analyzovaného souboru. Při zpracování jednotlivých proměnných do tabulek je možné použít tabulky jednorozměrného či dvourozměrného rozdělení četností, na základě vzájemné závislosti daných proměnných. (Zbořil, 1998)

Ke zpracování jednotlivých proměnných jsou využívány tabulky jednorozměrného rozdělení četností – tabulka prostého rozdělení četností a tabulka intervalového rozdělení četností. Tabulka prostého rozdělení četností je používána při zpracování diskrétní proměnné, která nabývá malého počtu obměn. Diskrétní proměnná obsahuje konečný počet variant nebo obsahuje spočetný počet variant. Tuto tabulku je možno použít pro slovní i

číselné proměnné. Tabulka intervalového rozdělení četností je výsledkem zpracování spojitě proměnné nebo disktrétní proměnné s větším počtem obměn. Optimální počet intervalů v tabulce se stanovuje pomocí některého z pravidel, např. Sturgesovo pravidlo: $k \approx 1 + 3,3 \cdot \log_{10} n$. Každý interval lze zastoupit jeho středem, výsledky těchto výpočtu jsou ale pouze přibližné. (Kába, Svatošová, 2012)

Pro grafické znázornění proměnných je možné využít mnoho různých druhů grafů. Důležité je vždy vybrat takový, který nejlépe zobrazí charakter daných dat. K těm nejběžněji používaným patří: polygon četností, vhodný pro znázornění prostého rozdělení četností, histogram četností pro znázornění intervalového rozdělení četností, výsečový graf či sloupkový. Tzv. krabicový graf znázorňuje extrémní hodnoty souboru a kvantily, případně kvartily. (Kába, Svatošová, 2012)

Ke zpracování závislostí dvou a více proměnných je možné využít tabulku dvourozměrného rozdělení četností. Tato tabulka je základní metodou popisu závislostí dvou proměnných a je vhodná pro číselné i slovní proměnné. Obecný formát tabulky je jednotný, dle charakteru proměnných jsou pak rozlišovány různé druhy tabulek: korelační tabulka – obě proměnné numerické, kontingenční tabulka – alespoň jedna z proměnných slovní, asociační tabulka – obě proměnné alternativní, či čtyřpolní tabulka. (Kába, Svatošová, 2012)

Grafické znázornění dvourozměrného rozdělení četností je umožněno pomocí několika grafů, mezi které patří např. čára podmíněných průměrů nebo čára podmíněných rozptylů, které jsou spojnicovými grafy znázorňující průběh podmíněných průměrů či rozptylů. Grafickým vyjádřením dvourozměrného rozdělení četností je také bodový diagram, který slouží ke znázornění závislosti mezi dvěma kvantitativními znaky.

(Kába, Svatošová, 2012)

2.4.2 Charakteristiky polohy a variability

Pomocí základní statistických charakteristik lze určit základní rysy zkoumaného souboru. Jedná se o informace kvantitativního charakteru, které by měly být co nejstručnější, ale zároveň by měly plně charakterizovat základní rysy daného souboru. Při popisu jsou nejvíce používány charakteristiky polohy a variability, které jsou také dále využívány v praktické části práce.

Charakteristiky polohy, neboli také míry střední hodnoty či míry centrální tendence, se snaží popisovat typickou hodnotu dat. Určují, kde na číselné řadě je vzorek umístěn. Nejpoužívanější z nich jsou aritmetický průměr, modus a medián. (Hendl, 2015)

aritmetický průměr:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^k x_i n_i}{\sum_{i=1}^k n_i} \quad (1.1)$$

Do další skupiny charakteristik středních hodnot jsou zařazovány modus a medián. Medián je prostřední hodnota řady pozorování, uspořádané dle velikosti. Znamená tedy hodnotu, která dělí řadu seřazených výsledků podle velikosti na dvě stejné velikosti. Jeho výpočet se liší podle toho, zda rozsah souboru n je liché číslo – mediánem je konkrétní prvek, nebo sudé číslo – mediánem je aritmetický průměr prostředních dvou hodnot. (Hendl, 2015)

Modus je varianta s největší četností neboli typická hodnota zkoumaného souboru. Jedná se o nejjednodušší charakteristiku polohy. Je označován symbolem \hat{x} . (Kába, Svatoňová, 2012)

Charakteristiky variability neboli míry rozptýlenosti, zachycují velikost proměnlivosti dat ve zkoumaném souboru. Mezi neznámější charakteristiky patří variační rozpětí, rozptyl, směrodatná odchylka a variační koeficient.

Variační rozpětí je nejjednodušší charakteristikou variability, které je určeno jako rozdíl nejvyšší a nejnižší hodnoty souboru.

$$\text{variační rozpětí: } R = x_{max} - x_{min} \quad (1.2)$$

Právě díky své jednoduchosti a rychlosti výpočtu je používáno především při analýzách malých souborů. Jeho nevýhodou je závislost pouze na krajních hodnotách, kdy případná extrémní hodnota výrazně ovlivní jeho velikost. (Kába, Svatoňová, 2012)

Rozptyl a směrodatná odchylka spolu úzce souvisí, obě charakteristiky při výpočtu využívají všechny údaje a vztahují se k aritmetickému průměru, jelikož měří rozptýlenost dat kolem aritmetického průměru. Rozptyl je využíván především při výpočtu různých testovacích statistik. Je udáván ve čtvercích příslušných měrných jednotek, a proto není příliš vhodný pro interpretaci. Směrodatná odchylka je kladná odmocnina z rozptylu. Charakterizuje, jak se v průměru liší jednotlivé hodnoty znaku od aritmetického průměru v obou směrech. Směrodatná odchylka je vhodnější k interpretaci než rozptyl, jelikož je udávána v příslušných měrných jednotkách. (Hendl, 2015)

$$\text{rozptyl: } s_x^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \quad (1.3)$$

$$\text{směrodatná odchylka: } s_x = \sqrt{s_x^2} \quad (1.4)$$

Variační koeficient se používá pro posouzení relativní velikosti rozptýlenosti dat vzhledem k průměru. Umožňuje porovnávat variabilitu souborů s různou úrovní či různými měrnými jednotkami. (Hendl, 2015)

$$\text{variační koeficient: } v_x = \frac{s_x}{\bar{x}} \quad (1.5)$$

U nominální proměnné, která nelze převést na čísla ani hierarchicky uspořádat, se v případě charakteristiky polohy užívá modus \hat{x} . Jako charakteristiku variability lze využít také míru mutability M , která udává podíl dvojic daných dat s různou obměnou z celkového počtu všech možných dvojic z daných dat. Nabývá hodnot od nuly do jedné,

kdy nulová variabilita hodnot znamená, že všechna data v souboru jsou stejná. Lze ji také vyjádřit v procentech. (Budíková, Králová, Maroš, 2010)

$$\text{Mutabilita: } M = \frac{n^2 - \sum_{i=1}^k n_i^2}{n(n-1)} \quad M \in \langle 0, 1 \rangle \quad (1.6)$$

3 Dotazníkové šetření ve vybraných podnicích

V praktické části práce je vytvořen dotazník o zaměstnaneckých benefitech, který byl zadán do dvou vybraných podniků a je přiložen v přílohách této práce. Data získaná z dotazníkového šetření jsou dále zpracována a vyhodnocována pomocí statistických metod. V závěru této části práce jsou výsledky dotazníkového šetření v obou podnicích porovnány a jsou také navrženy případné podněty ke zlepšení stávající situace týkající se motivace zaměstnanců a jejich odměňování.

Vytvořený dotazník má čtrnáct otázek, nejprve jsou pokládány identifikační a kvótní otázky týkající se pohlaví, věku či vzdělání respondentů. Dále jsou již umístěny otázky meritorní, které se týkají cíle dotazníkového šetření – spokojenosti zaměstnanců s poskytovanými zaměstnaneckými benefity. Otázky v dotazníku jsou uzavřené, případně je nabízena možnost „jiné“, kde může respondent doplnit potřebnou informaci podle sebe. Z vyplněných dotazníků jsou získány všechny typy statistických proměnných – nominální, ordinální i metrické. U nominálních proměnných je vypočítán modus a mutabilita, výsledky jsou znázorněny pomocí koláčového grafu. U ordinálních a metrických proměnných je zjišťován modus, medián, aritmetický průměr, rozptyl, směrodatná odchylka a variační koeficient. Výsledky ordinální proměnné jsou zobrazeny pomocí polygonu četností, výsledky metrické proměnné pomocí histogramu četností. Dotazník je součástí práce jako příloha č. 1.

Dotazník byl předán zaměstnancům dvou podniků, které se zabývají logistikou a přepravou nadměrných zásilek – Doprava na paletách s. r. o. a Vít Logistics s. r. o.

3.1 Doprava na paletách s. r. o.

Doprava na paletách s. r. o. je podnik sídlící v Děčíně se sedmi pobočkami po celé České republice, tak aby mohl své služby nabídnout zákazníkům po celé zemi. Podnik se zabývá přepravou zásilek na paletách a také pronájmem palet. Přepravu palet zajišťuje kamkoli po České a Slovenské republice.

Podnik svým zaměstnancům poskytuje běžné pracovní benefity jako jsou stravenky či mobil, z méně častých benefitů nabízí tzv. sick days – dny zdravotního volna navíc. Podle pracovního zařazení nabízí také zaměstnancům služební automobil a notebook. Někteří zaměstnanci mohou na svých pracovních pozicích využívat flexibilní pracovní dobu a home-office. Podnik se také snaží své zaměstnance vzdělávat, a proto jim zajišťuje školení a vzdělávací kurzy.

Dotazník byl zadán zaměstnancům do pobočky v Praze, která obsluhuje Prahu a Střední Čechy. Tato pobočka zaměstnává 17 zaměstnanců, dotazník byl vyplněn 17 zaměstnanci, návratnost tedy činí 100 %.

Otázka č. 1 – Jaké je vaše pohlaví?

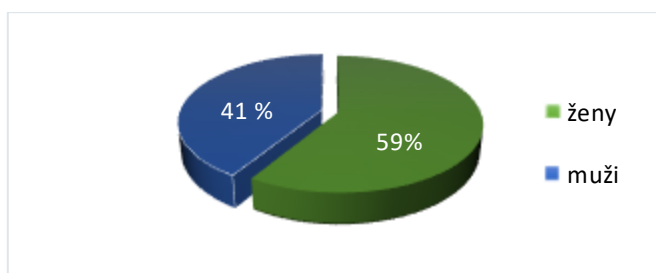
\hat{x} = žena

Modus, varianta odpovědi s největší četností, je odpověď žena.

$M = 0,514$

Variabilita pohlaví respondentů je střední. 51,4 % dvojic respondentů se vzájemně odlišují z pohledu svého pohlaví.

Dotazník byl rozdán mezi sedmnáct respondentů, deset žen a sedm mužů. Procentuální vyjádření tohoto rozdělení respondentů dle pohlaví je znázorněno na obrázku 2.

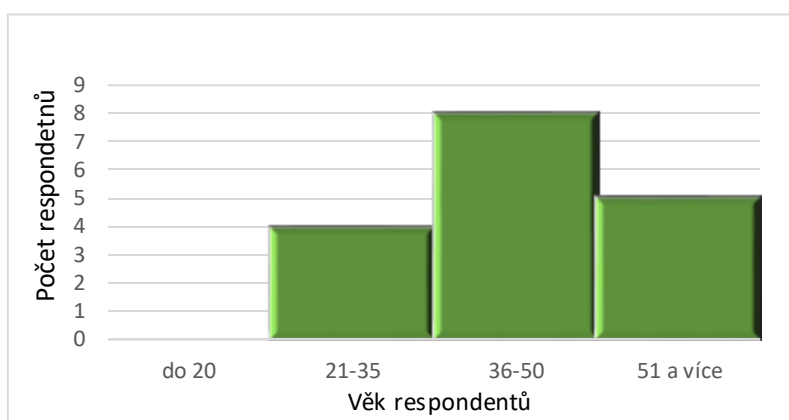


Obrázek 2 Struktura respondentů dle pohlaví v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 2 – V jaké jste věkové skupině?

Otázky týkající se věku bývají pro respondenty velice osobní, proto byly možné odpovědi seskupeny do intervalů, které dostatečně obsáhly možný věk všech dotazovaných respondentů. Rozložení jednotlivých odpovědí nejlépe zobrazuje histogram rozdělení četností na obrázku 3, na němž lze vidět, že nejpočetnější věkovou skupinou v tomto podniku jsou zaměstnanci od třiceti šesti do padesáti let, následuje věková skupina od padesáti jedna let a výše, naopak věková skupina do dvaceti let není vůbec zastoupena. Podnik tedy ve zkoumané pobočce takto mladé lidi v tuto chvíli nezaměstnává.



Obrázek 3 Rozložení respondentů dle věku

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Pro výpočty následujících charakteristik, které více popisují vlastnosti získaných odpovědí na tuto otázku, byly použity středy intervalů. Použité vztahy pro jednotlivé výpočty jsou zaznamenány v tabulce 1.

Tabulka 1 Intervalové rozdělení četností

Interval věku	n_i	střed y intervalů x_i	$x_i n_i$	$x_i^2 n_i$
do 20	0	13	0	0
21-35	4	28	112	3136
36-50	8	43	344	14792
51 a více	5	58	290	16820
Celkem	17	x	746	34748

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

$$\hat{x} = 44$$

Modální interval, interval s nejvyšším zastoupením, je tedy interval od třiceti šesti do padesáti let. Na jeho základě byl vypočítán modus a nejčastější věk respondentů by mohl odpovídat 44 let.

$$\bar{x} = 43,9$$

Průměrný věk respondentů je 43,9 let.

$$s_x^2 = 118,34$$

$$s_x = 10,88$$

$$V_x = 0,25$$

Rozptyl věku, vypočítaný na základě středů intervalů, je 118,34. Věk dotazovaných respondentů se v průměru odlišuje od průměrného věku o 10,88 let. Variabilita věku respondentů je nízká – 25 %.

Otázka č. 3 – Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání

Odpovědi na otázku č. 3 byly nejprve očíslovány a vzestupně seřazeny pro lepší vyhodnocování výsledků. Odpovědi byly uspořádány následovně:

- 1 – základní vzdělání,
- 2 – středoškolské vzdělání,
- 3 – středoškolské vzdělání s maturitou,
- 4 – vyšší odborné vzdělání,
- 5 – vysokoškolské vzdělání.

$$\bar{x} = 3,52$$

Průměrné vzdělání respondentů je středoškolské vzdělání s maturitou.

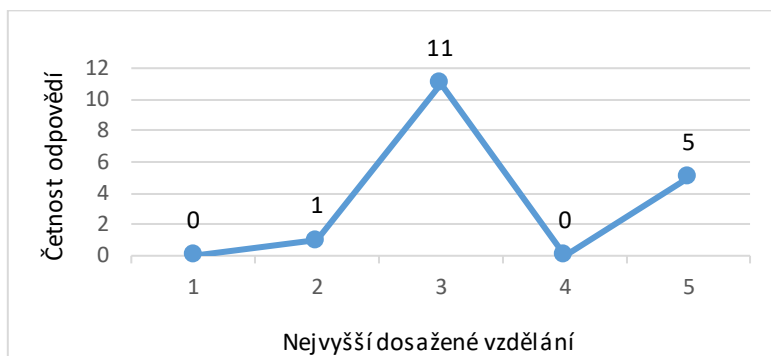
$$\hat{x} = 3$$

Modus, varianta odpovědi s největší četností, je odpověď středoškolské vzdělání s maturitou.

$\tilde{x} = 3$ – středoškolské vzdělání s maturitou

50% respondentů uvedlo, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je středoškolské vzdělání s maturitou, či nižší.

Na obrázku 4 je graficky zobrazen vztah mezi nejvyšším dosaženým vzděláním respondentů a četností jednotlivých odpovědí. Již na první pohled je zřejmé, že odpověď s největší četností je odpověď číslo tři – středoškolské vzdělání s maturitou.



Obrázek 4 Četnosti jednotlivých stupňů vzdělání

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 4 – Jak dlouho jste u společnosti zaměstnán/a?

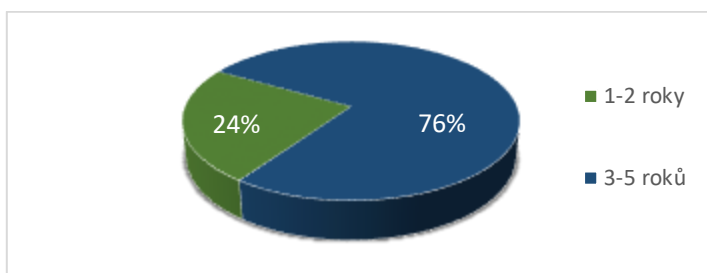
Odpovědi na tuto otázku byly respondentům opět nabídnuty v podobě intervalů pro lepší přehlednost získaných dat. Obrázek 5, histogram rozdělení četností, přehledně graficky zobrazuje výsledná data. Graf je velice jednoduchý, jelikož z pěti nabízených variant doby zaměstnání v podniku respondenti využily pouze dvě varianty. Nejvíce zastoupená varianta je tři až pět let doby zaměstnání u tohoto zaměstnavatele, následující variantou je jeden až dva roky.



Obrázek 5 Doba trvání zaměstnání respondentů

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Obrázek 6 zachycuje dvě vybrané varianty doby zaměstnání v tomto podniku v procentuálním vyjádření. Sedmdesát šest procent respondentů odpovědělo, že jsou v podniku zaměstnání tři až pět let, ostatní, dvacet čtyři procent respondentů, jsou zaměstnání pouze jeden až dva roky.

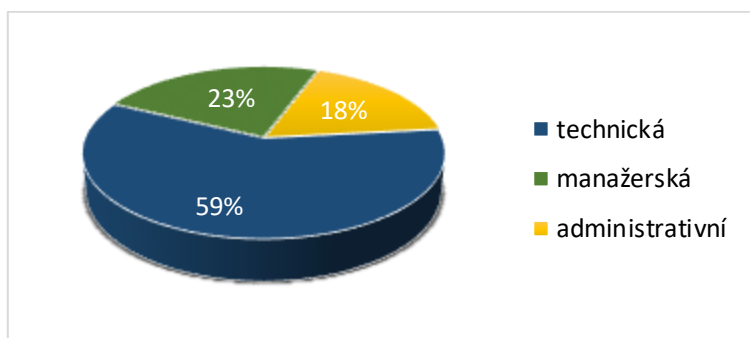


Obrázek 6 Doba trvání zaměstnání respondentů v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných v dotazníkovém šetření

Otázka č. 5 – Jaká je vaše pracovní pozice?

U této otázky měli respondenti na výběr tři možnosti odpovědi a to pozice dělnická, manažerská či technická. Nechyběla také možnost odpovědi „jiná“, která byla využita pro odpověď respondentů zaměstnaných v administrativě. Získaná data jsou přehledně zpracována do grafu na obrázku 7.



Obrázek 7 Pracovní pozice respondentů v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných v dotazníkovém šetření

Z grafu lze vyčíst, že nejvíce zastoupené jsou pozice technické a to padesáti devíti procenty, následují pozice administrativní a manažerské, mezi kterými je pětiprocentní rozdíl. Možnost odpovědi „dělnická pozice“ nebyla žádným respondentem využita.

\hat{x} = technická pracovní pozice

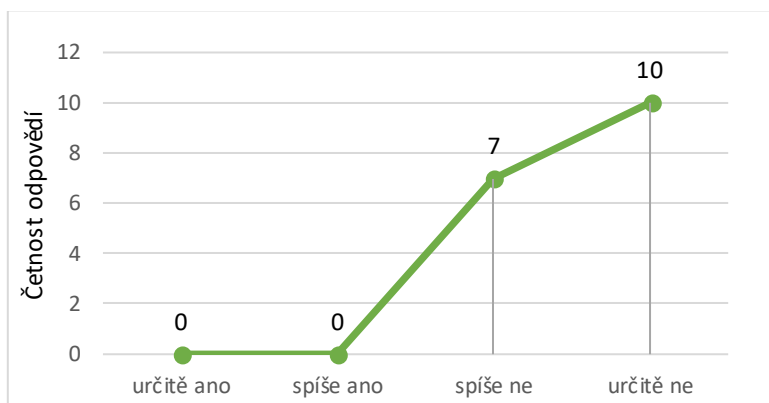
Technická pracovní pozice je odpověď s největší četností.

$M = 0,603$

60,3 % dvojic respondentů se vzájemně odlišuje podle své pracovní pozice. Variabilita pracovních pozic je tedy spíše vyšší.

Otázka č. 6 - Ovlivnila nabídka benefitů vaše rozhodnutí pracovat pro tuto společnost?

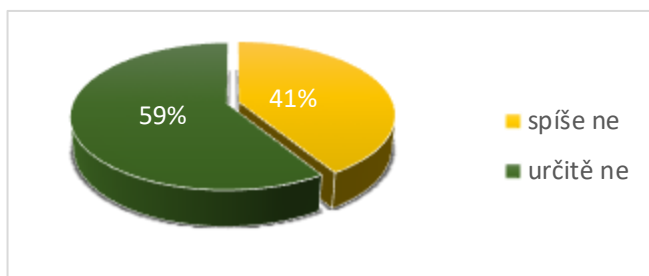
Tato otázka nabízel čtyři odpovědi – „určitě ano“, „spíše ano“, „spíše ne“ a „určitě ne“. Četnosti jednotlivých odpovědí jsou zobrazeny v grafu na obrázku 8.



Obrázek 8 Četnost odpovědí na otázku č. 6

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

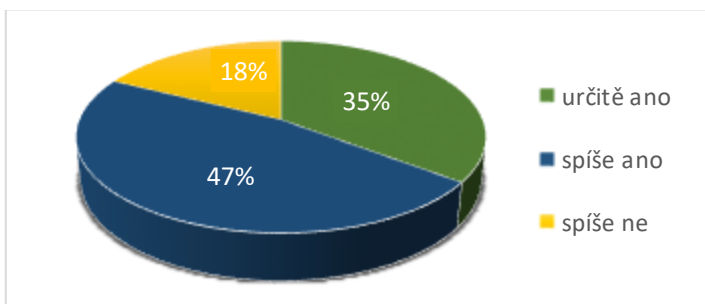
Z grafu je zřejmé, že bylo využito pouze dvou variant odpovědí a to odpovědi „spíše ne“ a „určitě ne“. Respondenty zaměstnané v tomto podniku neovlivnila nabídka benefitů při rozhodnutí, zda v podniku pracovat. Vyjádření respondentů k této otázce v procentech znázorňuje koláčový graf na obrázku 9. Graf zahrnuje pouze dvě vybrané varianty. Padesát devět procent respondentů uvedlo, že rozhodnutí o zaměstnání v tomto podniku určitě neovlivnila nabídka zaměstnaneckých benefitů. Zbýlých čtyřicet jedna procent respondentů uvedlo na tuto otázku odpověď „spíše ne“, nabídka zaměstnaneckých benefitů je tedy při rozhodnutí pracovat pro tento podnik spíše neovlivnila.



Obrázek 9 Rozhodnutí respondentů pracovat pro podnik na základě benefitů v %
Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 7 - Jste spokojen/a s výhodami, která Vám zaměstnavatel formou zaměstnaneckých benefitů nabízí?

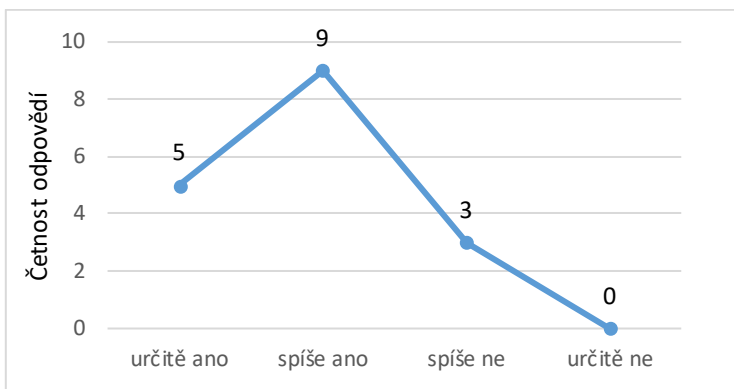
U této otázky měli respondenti opět na výběr ze čtyř variant odpovědí. V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že většina zaměstnanců je spokojena s nabídkou zaměstnaneckých benefitů v podniku. Pouze osmnáct procent dotazovaných zaměstnanců odpovědělo, že spíše nejsou spokojeni se stávající nabídkou výhod pro zaměstnance. Žádný z dotazovaných respondentů neuvedl odpověď „určitě ne“. Odpovědi spolu s procentuálním vyjádřením jsou graficky zobrazeny na obrázku 10.



Obrázek 10 Míra spokojenosti respondentů s nabízenými benefity v %
Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 8 – Motivují Vás výhody poskytnuté zaměstnavatelem k lepšímu pracovnímu výkonu?

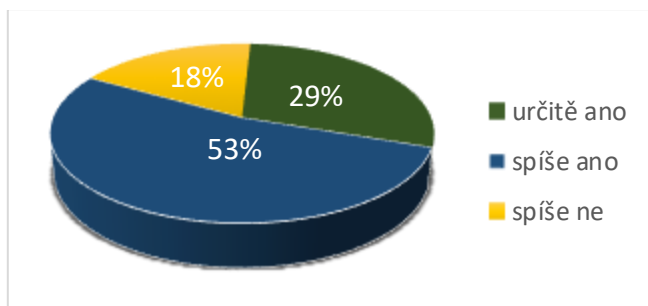
Četnosti jednotlivých odpovědí jsou graficky zobrazeny na obrázku 11. Nejčastější odpovědí z dotazníkového šetření na tuto otázku se stala varianta „spíše ano“, variantu „určitě ne“ ne zvolil nikdo z dotazovaných respondentů.



Obrázek 11 Četnost odpovědí na otázku č. 8

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Na obrázku 12 je graficky vyjádřeno procentuální rozložení odpovědí dotazovaných respondentů. Více než polovina respondentů uvedla, že je motivovaná k lepšímu pracovnímu výkonu prostřednictvím nabízených benefitů od zaměstnavatele. Méně než jedna pětina dotazovaných uvedla, že poskytované zaměstnanecké benefity jí spíše nemotivují k lepším pracovním výkonům.

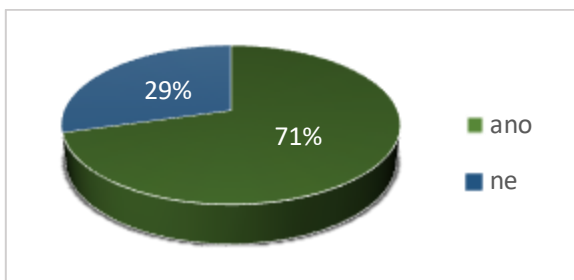


Obrázek 12 Míra motivace respondentů stávajícími benefity v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 9 - Bylo by pro vás více motivující, kdyby se množství a hodnota Vašich benefitů zvyšovala s délkou Vašeho působení ve společnosti?

Sedmdesát jedna procent respondentů uvedlo, že by pro ně bylo více motivující zvyšování množství a hodnoty zaměstnaneckých benefitů dle délky působení ve společnosti. Zbýlých dvacet devět procent dotazovaných respondentů naopak uvedlo, že zvyšování množství a hodnoty nabízených benefitů není pro ně při práci motivující. Tyto odpovědi shrnuje obrázek 13.



Obrázek 13 Procentuálního vyjádření odpovědí na otázku č. 9
Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

\hat{x} = ano

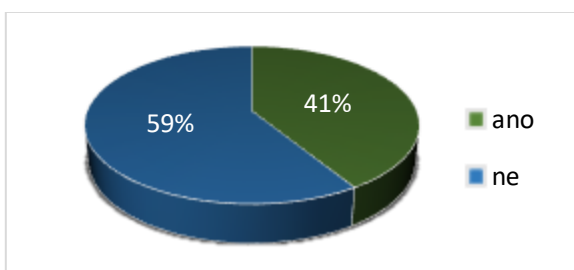
Nejčetnější varianta odpovědi je odpověď „ano“.

$M = 0,442$

Variabilita odpovědí na tuto otázku je spíše nižší, 44,2 %.

Otázka č. 10 – Bylo by pro vás více motivující, kdyby se množství a hodnota Vašich benefitů zvyšovala či snižovala v souvislosti s Vaším pracovním výkonem?

Přestože je tato otázka velice podobná předchozí otázce č. 9. Výsledky dotazníkové šetření jsou rozdílné. Ačkoli většina dotazovaných respondentů by byla více motivována zvyšováním množství a hodnoty pracovních benefitů na základě odpracované doby v podniku, změny nabízených benefitů na základě odvedeného pracovního výkonu už tolik motivační pro respondenty nejsou. Více jak polovina dotazovaných odpověděla na tuto otázku variantou „ne“. Poměr získaných odpovědí od respondentů zobrazuje graf na obrázku 14.



Obrázek 14 Procentuální vyjádření odpovědí na otázku č. 10
Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

\hat{x} = ne

Modus, varianta odpovědi s největší četností, je odpověď „ne“.

M = 0,515

Variabilita odpovědí na tuto otázku je spíše střední, 51,5 %.

Otázka č. 11 – Jaké benefity společnost, ve které pracujete, nabízí?

Na tuto otázku měli respondenti k dispozici dvacet jedna nabízených variant odpovědí s různými druhy benefitů, které podniky obecně nabízejí. Otázka zjišťovala především povědomí a využívání nabízených benefitů v tomto podniku. Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že zaměstnanci podniku znají většinu benefitů, které jim jejich zaměstnavatel nabízí. Každý zaměstnanec uvedl do svých odpovědí typický benefit, který dostává – stravenky. Všichni zaměstnanci uvedli také sick days, dny zdravotního volna navíc, což je benefit, který si stává čím dál tím více populární v nabídce všech podniků. Patnáct zaměstnanců, tedy 88 %, neopomnělo služební telefon, čtrnáct zaměstnanců (82 %) služební notebook a třináct zaměstnanců (76,5 %) uvedlo také flexibilní pracovní dobu a home-office. Nejméně zaměstnanců do odpovědí na tuto otázku uvedlo jako jeden z nabízených benefitů od zaměstnavatele služební auto. Nikdo ze zaměstnanců si pravděpodobně neuvědomuje, že dalším benefitem od zaměstnavatele jsou placená odborná školení a vzdělávací kurzy, jelikož tuto možnost neuvedl nikdo z dotazovaných. Četnosti odpovědí u nabízených benefitů jsou graficky znázorněny na obrázku 15.

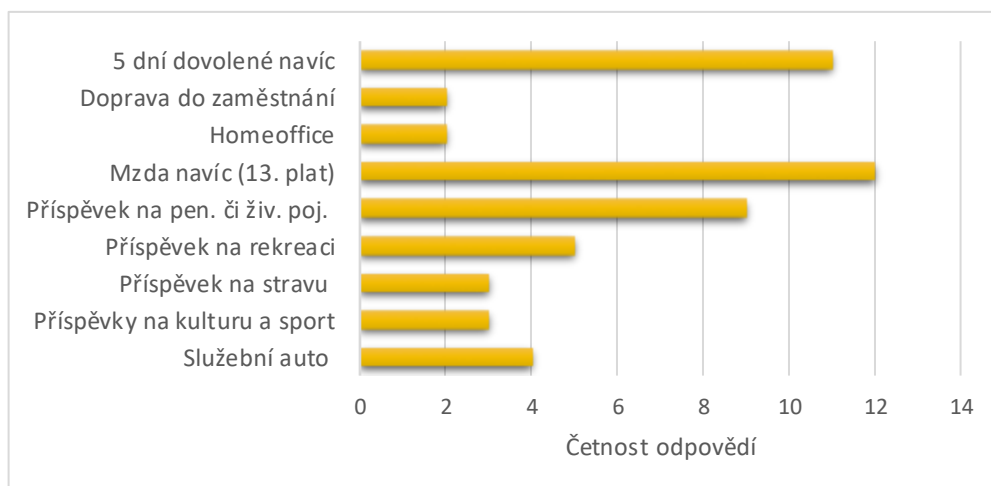


Obrázek 15 Četnost odpovědí u nabízených zaměstnaneckých benefitů

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

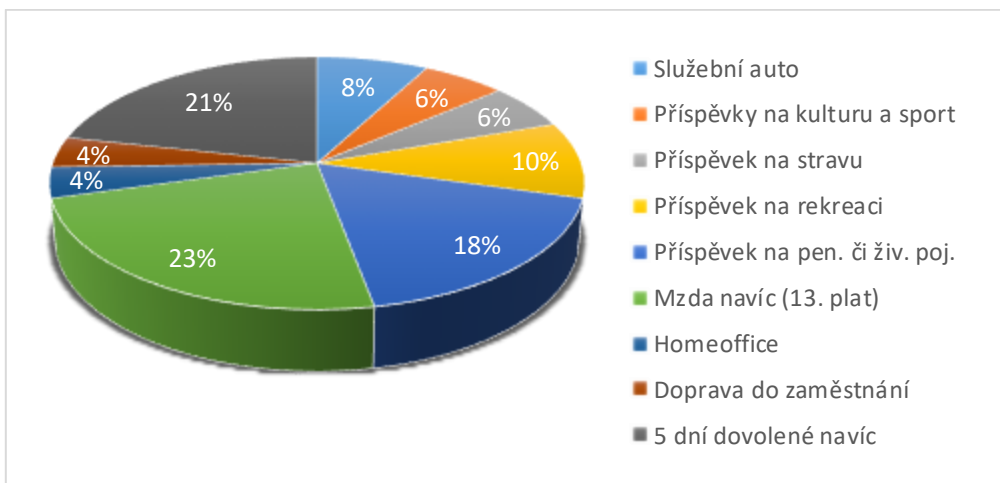
Otázka č. 12 – O který z uvedených benefitů byste měl/a největší zájem?

U této otázky měli respondenti opět na výběr z dvaceti jedna obvykle nabízených zaměstnaneckých benefitů, nechyběla ani možnost „jiné“ pro případné další návrhy od respondentů. Respondenti měli vybrat tři druhy benefitů o něž jeví největší zájem, odpovědí bylo tedy nasbíráno 51. Dle dotazníkového šetření by zaměstnanci nejvíce ocenili 13. plat a 5 dní dovolené navíc, dále příspěvky od zaměstnavatele na penzijní či životní pojištění, rekreaci, kulturu a sport. Mezi vybranými variantami se také objevily benefity, které tento podnik nabízí, služební auto oceňuje 24 % zaměstnanců a home-office 12 % zaměstnanců. Stejně tak 12 % zaměstnanců uvedlo, že by měli zájem o dopravu do zaměstnání. Na obrázku 16 jsou graficky shrnuty četnosti odpovědí u jednotlivých variant. Koláčový graf na obrázku 17 doplňuje vyhodnocení otázky o grafické vyjádření zastoupení jednotlivých odpovědí v procentech.



Obrázek 16 Četnost zájmu respondentů o benefity

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření



Obrázek 17 Struktura benefitů dle zájmu respondentů v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

\hat{x} = mzda navíc (13. plat)

Nejčtenější varianta odpovědi je odpověď „mzda navíc“.

$M = 0,86$

Variabilita odpovědí je velmi vysoká. 86 % dvojic respondentů se vzájemně odlišuje dle svého zájmu o benefity nabízené zaměstnavatelem.

Otázka č. 13 – Víte, jakou finanční hodnotu mají Vaše benefity?

Otázka č. 13 zjišťuje, zda znají zaměstnanci hodnotu benefitů, které jim jejich zaměstnavatel poskytuje. U této otázky všichni zaměstnanci uvedli odpověď „ano“, tedy všech 100 % zaměstnanců zná finanční hodnotu poskytovaných zaměstnaneckých výhod.

Otázka č. 14 – Co Vás nejvíce motivuje k lepším pracovním výkonům?

Respondenti měli na výběr ze tří možných odpovědí – finanční odměna, morální odměna nebo zaměstnanecké benefity.

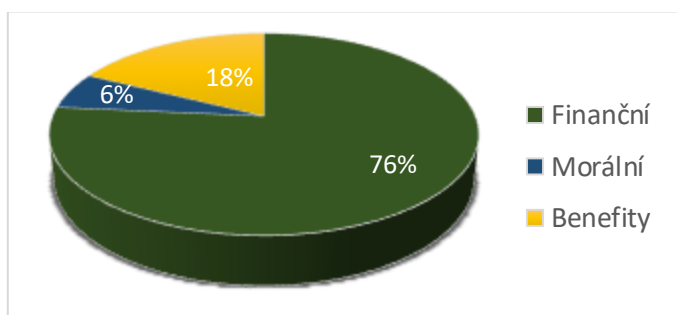
\hat{x} = finanční odměna

Nejčtenější odpovědí byla odpověď „finanční odměny“. Tuto odpověď uvedlo v provedeném dotazníkovém šetření 76 % zaměstnanců.

$M = 0,40$

40 % dvojic respondentů se od sebe vzájemně odlišuje na základě podnětů k jejich motivaci.

Koláčový graf na obrázku 18 graficky zachycuje procentuální rozdělení jednotlivých odpovědí. Pouze šest procent respondentů uvedlo, že motivací k lepšímu pracovnímu výkonu pro ně je morální pochvala. Osmnáct procent respondentů uvedlo, že největší motivací jsou pro ně zaměstnanecké benefity. Nejvíce respondentů, až sedmdesát šest procent, říká, že nejvíce motivujícím podnětem k lepšímu pracovnímu výkonu je finanční odměna.



Obrázek 18 Míra motivačních podnětů pro respondenty v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnili všichni zaměstnanci oslovené pobočky podniku Doprava na paletách s. r. o., přičemž ženy tvořily 59 % dotazovaných a muži 41 %. Nejčteněji zastoupená věková skupina byla od 36 do 50 let. Přibližný průměrný věk zaměstnanců byl stanoven na 43,9 let a jejich průměrné dosažené vzdělání je středoškolské vzdělání s maturitou. 76 % zaměstnanců uvedlo, že jsou v podniku zaměstnáni tři až pět let, zbylých 24 % zaměstnanců zde pracuje pouze jeden až dva roky. Rozložení pracovních pozic bylo z dotazníkového šetření v podniku zjištěno následovně: technické pozice 59 %, manažerské pozice 23 % a administrativní pozice 18 %.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že nabídka zaměstnaneckých benefitů tohoto podniku nebyla pro nynější zaměstnance rozhodující při volbě tohoto zaměstnání. Více než 80 % zaměstnanců je spokojeno s nynější nabídkou zaměstnaneckých benefitů a všichni zaměstnanci jsou si vědomi finanční hodnoty těchto benefitů. K lepšímu pracovnímu výkonu je díky nabízeným benefitům motivováno více než 80 % zaměstnanců, pro 71 % zaměstnanců by bylo motivující zvyšování množství a hodnoty zaměstnaneckých benefitů dle délky působení v podniku, naopak pro 59 % by nebylo motivující, kdyby se hodnota a množství benefitů měnilo na základě odvedeného pracovního výkonu.

V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že zaměstnanci jsou spokojeni se stávající nabídkou benefitů a vědí, které benefity jsou jim nabízeny. Mezi další benefity, které by ocenili, zařadili především 13. plat, 5 dní dovolené navíc nebo příspěvky na penzijní a životní pojištění, na rekreaci, sport a kulturu. Závěrem dotazníkového šetření bylo zjištěno, že pro zaměstnance tohoto podniku je nejvíce motivující finanční odměna.

3.2 Vít Logistics s. r. o.

Vít Logistics s. r. o. je podnik sídlící v Praze, který se zabývá logistikou po celém světě. Svým zákazníkům zajišťuje přepravu zásilek bez ohledu na jejich povahu, velikost a místo určení. Podnik nabízí silniční přepravu zásilek po celé Evropě, leteckou a námořní přepravu po celém světě, dále také logistické úkony jako skladování, manipulaci se zbožím, komplementaci zásilek, štítkování atd., mezi své služby řadí také celní poradenství a další.

Svým zaměstnancům podnik nabízí benefity v podobě příspěvků na stravu (stravenky), služební telefony, notebooky či automobily. Podle jejich pracovní pozice umožňuje také využívat home-office či flexibilní pracovní dobu.

Pražská pobočka tohoto podniku, do které byl dotazník umístěn, čítá 10 zaměstnanců, návratnost dotazníků je 100 %.

Otázka č. 1 – Jaké je vaše pohlaví?

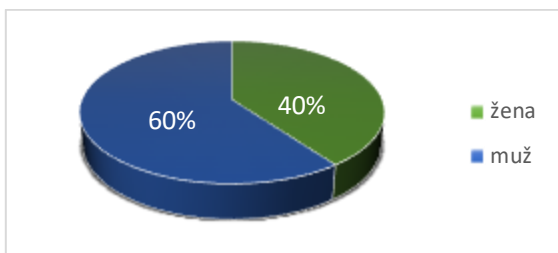
\hat{x} = muž

Nejčtenější odpovědí na tuto otázku byla odpověď „muž“.

$M = 0,533$

53,3 % dvojic respondentů se vzájemně odlišují z pohledu svého pohlaví.

Dotazníkového šetření se zúčastnili všichni zaměstnanci dané pobočky podniku Vít Logistics s. r. o., dotazník tedy celkem vyplnilo deset respondentů, z toho tři pětiny tvoří muži a zbylé dvě pěti ženy. Procentuální vyjádření tohoto rozdělení respondentů dle pohlaví je znázorněno na obrázku 19.

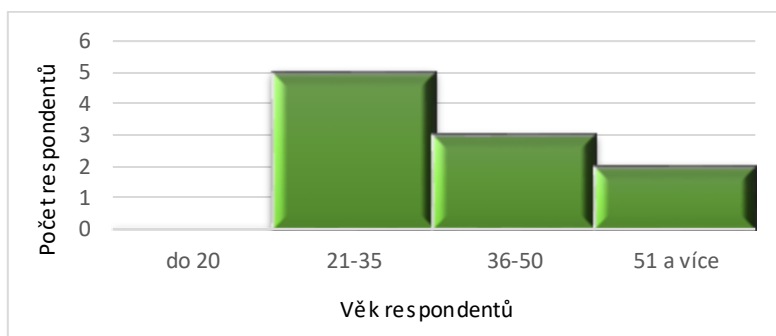


Obrázek 19 Struktura respondentů dle pohlaví v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 2 – V jaké jste věkové skupině?

Graf na obrázku 20 zobrazuje odpovědi na otázku týkající věku v jednotlivých nabízených intervalech. Nejčetnějším intervalem byl věkový interval od dvaceti jedna let do třiceti pěti let, postupně pak následují intervaly věku od třiceti šesti do padesáti let a od padesáti jedné a více let. Do intervalu do dvaceti let nepatří nikdo z dotazovaných respondentů.



Obrázek 20 Rozložení respondentů dle věku

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

V tabulce 2 jsou zobrazeny vztahy používané pro výpočty následujících charakteristik.

Tabulka 2 Intervalové rozdělení četností

Interval věku	n_i	střední intrvalů x_i	$x_i n_i$	$x_i^2 n_i$
do 20	0	13	0	0
21-35	5	28	140	3920
36-50	3	43	129	5547
51 a více	2	58	116	6728
Celkem	10	x	385	16195

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

$$\hat{x} = 31$$

Interval s nejčastějším zastoupením je interval od třiceti šesti do padesáti let. Na jeho základě byl vypočítán modus a nejčastější věk respondentů by mohl odpovídat 31 let.

$$\bar{x} = 35,5$$

Průměrný věk respondentů je 38,5 let.

$$s_x^2 = 137,25$$

$$s_x = 11,72$$

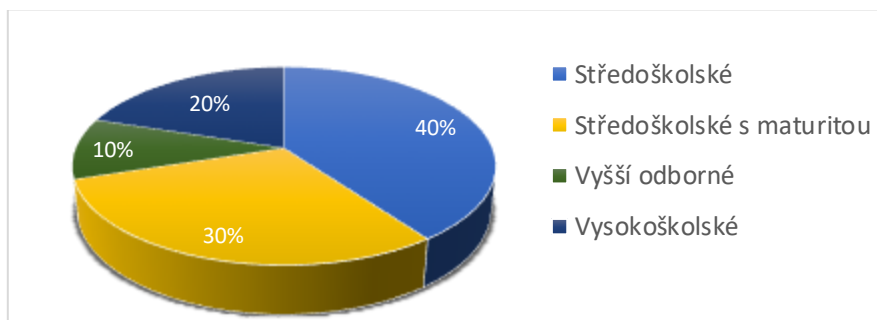
$$V_x = 0,30$$

Rozptyl věku je 137,5. Věk dotazovaných respondentů se v průměru odlišuje od průměrného věku o 11,72 let. Variabilita věku respondentů je poměrně nízká – 30 %.

Otázka č. 3 – Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání

Odpovědi na otázku č. 3 byly i v tomto případě nejprve očíslovány a vzestupně seřazeny pro lepší vyhodnocování výsledků. Odpovědi byly uspořádány následovně:

- 1 – základní vzdělání,
- 2 – středoškolské vzdělání,
- 3 – středoškolské vzdělání s maturitou,
- 4 – vyšší odborné vzdělání,
- 5 – vysokoškolské vzdělání.



Obrázek 21 Vzdělání respondentů v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Graf na obrázku 21 zobrazuje podíl jednotlivých dosažených vzdělání dotazovaných respondentů. Nejvyšší, vysokoškolské vzdělání, uvedlo dvacet procent respondentů,

vyšší odborné vzdělání pouze deset procent, středoškolské vzdělání s maturitou třicet procent a nejvíce respondentů u vedlo jako své nejvyšší vzdělání středoškolské, celých čtyřicet procent respondentů. Základní vzdělání neuvedl nikdo z dotazovaných.

$$\bar{x} = 3,1$$

Průměrné vzdělání respondentů je středoškolské vzdělání s maturitou.

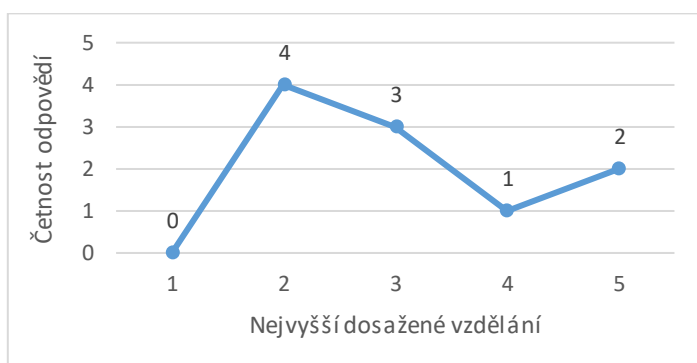
$$\hat{x} = 2$$

Nejčtenější variantou odpovědi bylo středoškolské vzdělání.

$\tilde{x} = 3$ – středoškolské vzdělání s maturitou

50 % respondentů uvedlo, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je středoškolské vzdělání s maturitou, či nižší.

Četnosti jednotlivých odpovědí zobrazuje polygon četností na obrázku 22. Nejčtenější odpovědí byla odpověď č. 2 – středoškolské vzdělání.



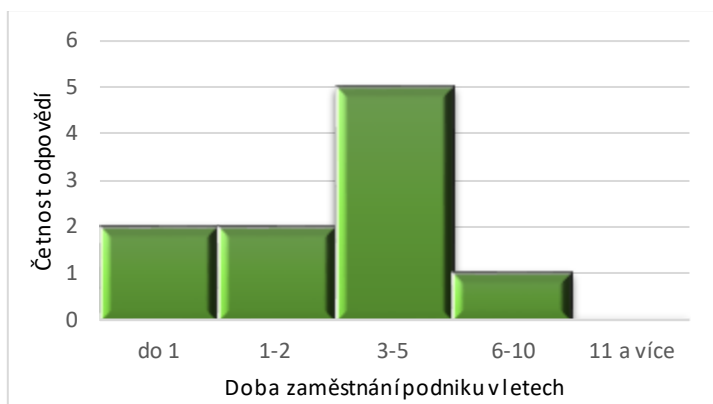
Obrázek 22 Četnosti jednotlivých stupňů vzdělání

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 4 – Jak dlouho jste u společnosti zaměstnán/a?

Zaměstnanci tohoto podniku využili při odpovědi na tuto otázku čtyři z pěti nabízených variant odpovědí. Zastoupena nebyla pouze doba zaměstnání jedenáct let a více. Nejvíce zaměstnanců odpovědělo, že jsou v podniku zaměstnání tři až pět let. Stejně zastoupení četností odpovědí měly varianty doby zaměstnání do jednoho roku a jeden

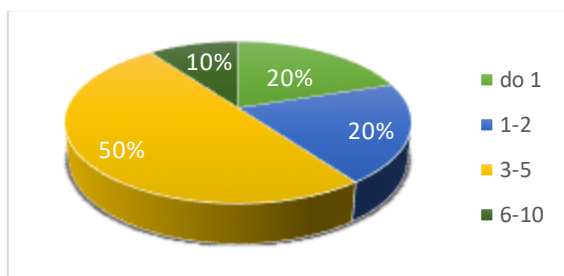
až dva roky. Nejnižší četnost měla odpověď šest až deset let. Tyto četnosti přehledně zobrazuje obrázek 23.



Obrázek 23 Doba trvání zaměstnání respondentů

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Podíl jednotlivých odpovědí zobrazuje obrázek 24. Padesát procent respondentů uvedlo, že jsou v podniku zaměstnání tři až pět let, nejméně, pouze deset procent respondentů, uvedlo, že jsou zaměstnání šest až deset let.

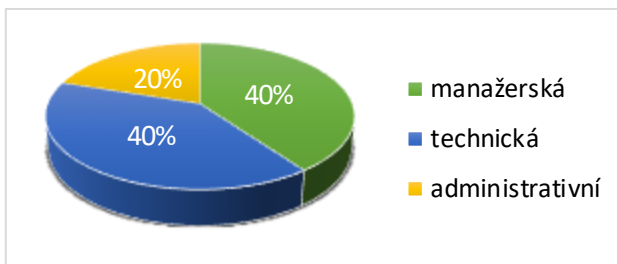


Obrázek 24 Doba trvání zaměstnání respondentů v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných v dotazníkovém šetření

Otázka č. 5 – Jaká je vaše pracovní pozice?

I v tomto podniku zaměstnanci využili možnosti odpovědi „jiné“, pokud pracují na administrativní pozici. Dále byly využity varianty odpovědi „manažerská“ a „technická“, nikdo ze zaměstnanců neuvedl jako svou pracovní pozici „dělnickou“ pozici. Odpovědi na tuto otázku jsou graficky znázorněny na obrázku 25 v procentuálním vyjádření.



Obrázek 25 Pracovní pozice respondentů v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných v dotazníkovém šetření

Z grafu lze vyčíst, že manažerské a technické pozice mají stejné zastoupení a to čtyřicet procent, zbylých dvacet procent tvoří pozice administrativní.

\hat{x} = manažerská a technická pracovní pozice

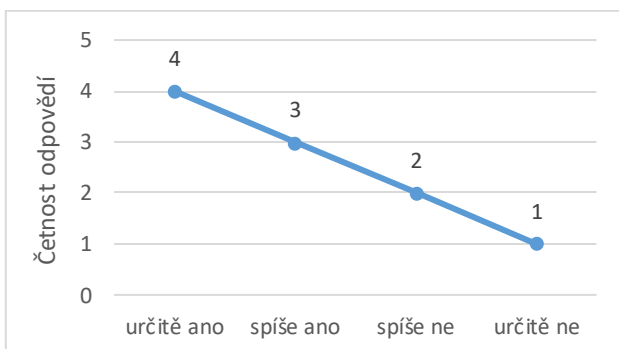
Nejčtetnějšími odpovědi jsou odpovědi manažerská a technická pozice.

$M = 0,712$

Různorodost pracovních pozic je vysoká. 71,2 % dvojic respondentů se vzájemně odlišuje podle své pracovní pozice.

Otázka č. 6 - Ovlivnila nabídka benefitů vaše rozhodnutí pracovat pro tuto společnost?

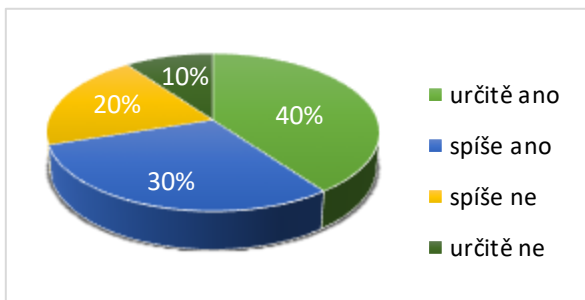
Graf četností jednotlivých odpovědí na tuto otázku tvoří přímku, jelikož odpověď „určitě ne“ zvolil pouze jeden respondent, odpověď „spíše ne“ dva respondenti, tři respondenti zvolili „spíše ano“ a nejčtetnější odpovědí se stala odpověď „určitě ano“.



Obrázek 26 Četnost odpovědí na otázku č. 6

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

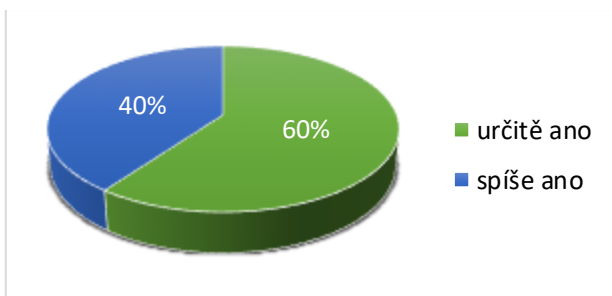
Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že až sedmdesát procent zaměstnanců ovlivnila nabídka benefitů tohoto podniku při rozhodování pracovat pro tento podnik. Naopak pouhých deset procent respondentů určitě nebylo ovlivněno nabídkou benefitů. Variantu odpovědi „spíše ne“ zvolilo dvacet procent respondentů. Graf tohoto procentuálního rozdělení odpovědí zobrazuje obrázek 27.



Obrázek 27 Rozhodnutí respondentů pracovat pro podnik na základě benefitů v %
 Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 7 - Jste spokojen/a s výhodami, která Vám zaměstnavatel formou zaměstnaneckých benefitů nabízí?

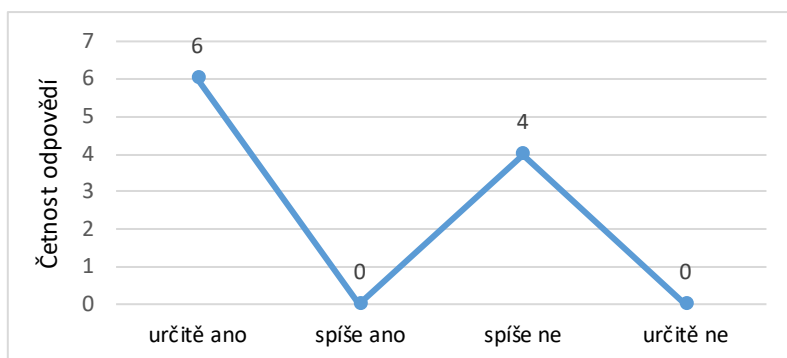
Jednoduchý graf na obrázku 28 zobrazuje procentuální vyjádření odpovědí na tuto otázku. Respondenti využili pouze dvě ze čtyř variant odpovědí, a to varianty „určitě ano“ a „spíše ano“. Dotazníkovým šetřením bylo tedy zjištěno, že všichni zaměstnanci toho podniku jsou spokojeni se stávající nabídkou zaměstnaneckých benefitů. Šedesát procent respondentů uvedlo, že je určitě spokojeno s nabídkou benefitů, zbylých čtyřicet procent respondentů odpovědělo, že je spíše spokojeno s nabídkou zaměstnaneckých benefitů.



Obrázek 28 Míra spokojenosti respondentů s nabízenými benefity v %
 Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 8 – Motivují Vás výhody poskytnuté zaměstnavatelem k lepšímu pracovnímu výkonu?

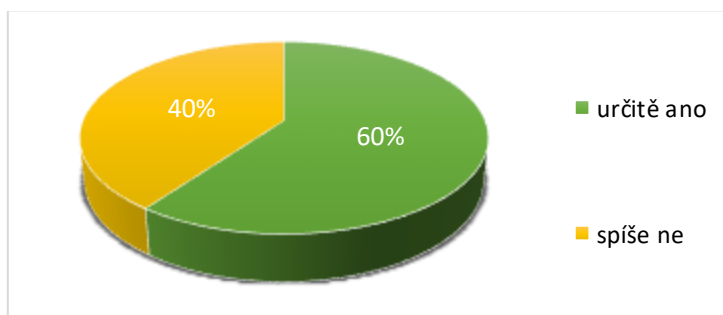
I u této otázky zvolili respondenti pouze dvě varianty odpovědi ze čtyřech nabízených. Četnosti těchto odpovědí jsou zobrazeny na obrázku 29.



Obrázek 29 Četnost odpovědí na otázku č. 8

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Na obrázku 30 je graficky vyjádřeno procentuální rozložení odpovědí dotazovaných respondentů. U této odpovědi přineslo dotazníkové šetření zajímavé výsledky. Šedesát procent respondentů uvádí, že jsou motivováni nabízenými benefity v tomto podniku k lepšímu pracovnímu výkonu. Naopak zbylých čtyřicet procent respondentů spíše není motivováno prostřednictvím těchto benefitů.

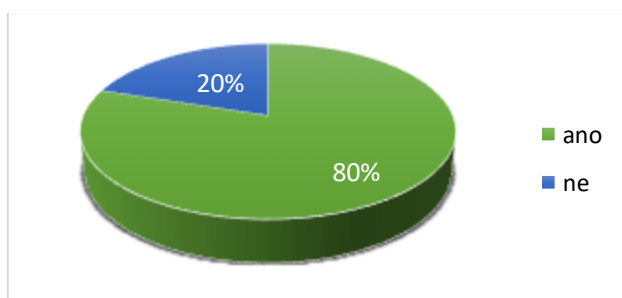


Obrázek 30 Míra motivace respondentů stávajícími benefity v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 9 - Bylo by pro vás více motivující, kdyby se množství a hodnota Vašich benefitů zvyšovala s délkou Vašeho působení ve společnosti?

Většina dotazovaných respondentů, celých osmdesát procent, uvedla, že by pro ně bylo motivující, kdyby se množství a hodnota benefitů měnila s délkou působení v podniku. Pouhých dvacet procent respondentů v dotazníkovém šetření uvedlo, že by pro ně nebylo motivující zvyšovat nabídku zaměstnaneckých benefitů na základě délky působení v podniku. Podíl těchto odpovědí zobrazuje obrázek 31.



Obrázek 31 Procentuální vyjádření odpovědí na otázku č. 9
Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

\hat{x} = ano

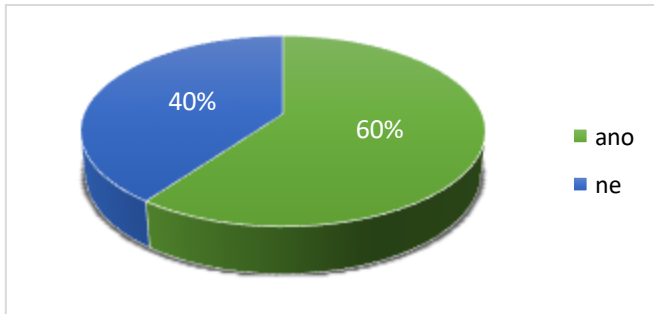
Nejčastější varianta odpovědi je odpověď „ano“.

$M = 0,355$

Variabilita odpovědí na tuto otázku je spíše nízká, 35,5 %.

Otázka č. 10 – Bylo by pro vás více motivující, kdyby se množství a hodnota Vašich benefitů zvyšovala či snižovala v souvislosti s Vaším pracovním výkonem?

I u této otázky byla nejčastější odpověď varianta „ano“. Šedesát procent respondentů uvedlo, že by byli motivováni změnou pracovních benefitů v závislosti na pracovním výkonu. Opačnou odpověď uvedlo zbylých čtyřicet procent respondentů. Poměr získaných odpovědí od respondentů zobrazuje graf na obrázku 32.



Obrázek 32 Procentuální vyjádření odpovědi na otázku č. 10

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

\hat{x} = ano

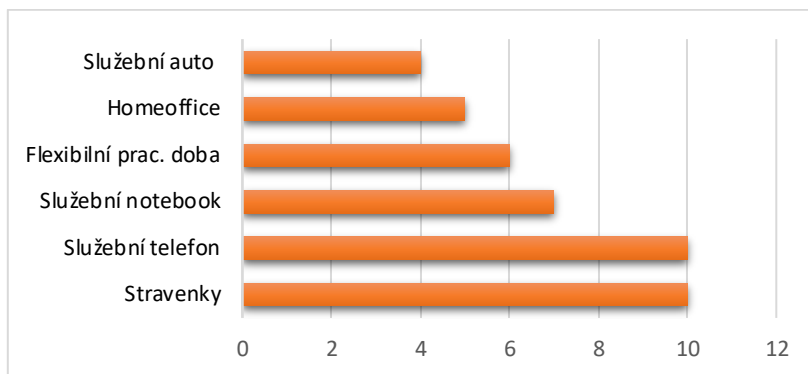
Modus, varianta odpovědi s největší četností, je odpověď „ano“.

$M = 0,533$

Variabilita odpovědí na tuto otázku je střední, 53,3 %.

Otázka č. 11 – Jaké benefity společnost, ve které pracujete, nabízí?

V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že zaměstnanci znají nabídku nabízených benefitů. Všichni dotazovaní zaměstnanci uvedli jako benefit nabízených jejich zaměstnavatelem stravenky a služební telefon. Dále byly také uvedeny služební notebook, flexibilní pracovní doba, home-office a služební auto. Tyto benefity umožňuje podnik svým zaměstnancům využívat podle jejich pracovní pozice, proto je možné, že některý z dotazovaných zaměstnanců neví, že na jiných pracovních pozicích je daný benefit možné využívat. Četnosti odpovědí u nabízených benefitů jsou graficky znázorněny na obrázku 33.

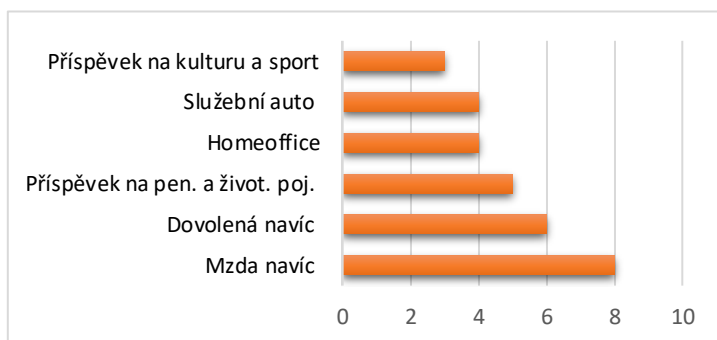


Obrázek 33 Četnost odpovědí u nabízených zaměstnaneckých benefitů

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

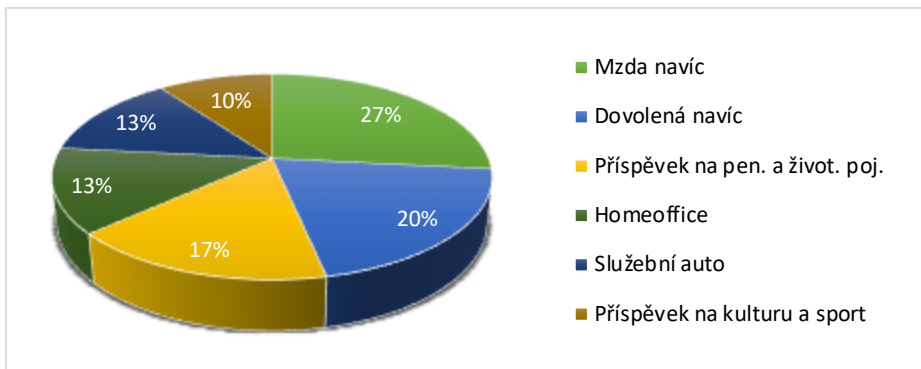
Otázka č. 12 – O který z uvedených benefitů byste měl/a největší zájem?

Z nabízených variant vybrali dotazovaní zaměstnanci pouze šest, o které by měli největší zájem. Nejvíce by zaměstnanci ocenily mzdu navíc, ta získala dvacet sedm procent z vybraných možností. Další četnou odpovědí se stala dovolená navíc, mezi odpovědi se objevily také příspěvky na penzijní a životní pojištění, home-office nebo služební auto. Nejméně četnou odpovědí byl příspěvek na kulturu a sport, přesto tvoří deset procent z vybraných variant benefitů, o které je mezi zaměstnanci zájem. Četnosti jednotlivých odpovědí zobrazuje graf na obrázku 34, procentuální rozdělení těchto odpovědí je zobrazeno na obrázku 35.



Obrázek 34 Četnost zájmu respondentů o benefit

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření



Obrázek 35 Struktura benefitů dle zájmu respondentů v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

\hat{x} = mzda navíc (13. plat)

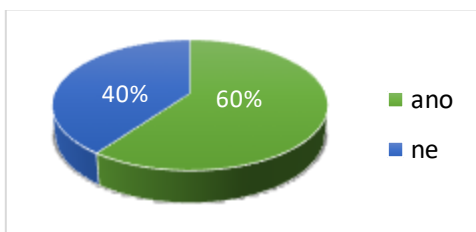
Nejčastější varianta odpovědi je odpověď „mzda navíc“.

$M = 0,84$

84 % dvojic respondentů se vzájemně odlišuje dle svého zájmu o benefity nabízené zaměstnavatelem.

Otázka č. 13 – Víte, jakou finanční hodnotu mají Vaše benefity?

V tomto podniku nebyly odpovědi tak jednoznačné jako odpovědi zaměstnanců z předchozího podniku. Koláčový graf na obrázku 36 zobrazuje podíl odpovědí od zaměstnanců v tomto podniku. Šedesát procent zaměstnanců uvedlo, že znají finanční hodnotu nabízených benefitů, naopak zbylých čtyřicet procent dotazovaných odpovědělo, že hodnotu zaměstnaneckých benefitů neznají.



Obrázek 36 Míra znalosti finanční hodnoty benefitů respondenty v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka č. 14 – Co Vás nejvíce motivuje k lepším pracovním výkonům?

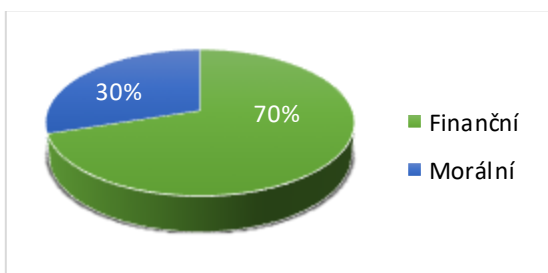
Otázka nabízela tři možné odpovědi – finanční odměna, morální odměna nebo zaměstnanecké benefity. Z nabízených možností využili dotazovaní zaměstnanci pouze dvě a to finanční a morální odměnu. Nikdo z dotazovaných nevedl, že nejvíce motivující pro zlepšení pracovního výkonu jsou právě nabízené zaměstnanecké benefity. Na obrázku 37 lze vidět, že sedmdesát procent zaměstnanců uvedlo, že nejvíce motivují je pro ně finanční odměna, zatímco pouze pro třicet procent zaměstnanců tohoto podniku je nejvíce motivují morální odměna.

\hat{x} = finanční odměna

Ze tří nabízených možností se nejčastější zvolenou stala finanční odměna.

$M = 0,466$

46,6 % dvojic respondentů se od sebe vzájemně odlišuje na základě podnětů k jejich motivaci.



Obrázek 37 Míra motivačních podnětů pro respondenty v %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo zadáno všem zaměstnancům pražské pobočky podniku Vít Logistics s. r. o., jeho návratnost byla 100 %. Podle pohlaví byli početnější skupinou muži, kteří tvořili 60 %, zatímco ženy pouze 40 %. Nejčetnější věkovou skupinu tvoří zaměstnanci od 21 do 35 let. Průměrný věk zaměstnanců odpovídá 38,5 let a průměrné nejvyšší dosažené vzdělání v této zkoumané pobočce je středoškolské s maturitou. 50% zaměstnanců je v tomto podniku zaměstnáno 3 až 5 let, 20 % zaměstnanců 1 až 2 roky a stejně tak 20 % zaměstnanců v tomto podniku pracuje kratší dobu než jeden rok. Pouze 10 % zaměstnanců zde pracuje 6 až 10 let. Rozdělení pracovních pozic v tomto podniku je dle výsledků dotazníkového šetření následující: manažerské pozice 40 %, technické pozice 40 %, administrativní pozice 20%.

Z výsledků šetření vyplývá, že až sedmdesát procent zaměstnanců v tomto podniku ovlivnila nabídka zaměstnaneckých benefitů při rozhodování pracovat pro tento podnik, zároveň všichni zaměstnanci jsou spokojeni se stávající nabídkou benefitů od svého zaměstnavatele. Pokud se jedná o motivaci na základě těchto benefitů, odpovědi nejsou tak jednoznačné. 60 % zaměstnanců uvedlo, že jsou rozhodně motivováni prostřednictvím těchto benefitů, naopak zbylých 40 % zaměstnanců uvedlo, že nabízené benefity spíše nejsou jejich motivací k lepší výkonu. Pro 80 % zaměstnanců by bylo motivující, kdyby se množství a hodnota benefitů zvyšovala s délkou působení v podniku, pro 60 % zaměstnanců by byla motivující změna benefitů v závislosti na pracovním výkonu.

Zaměstnanci tohoto podniku znají benefity, které mohou využívat, přestože většinou nedokážou určit jejich hodnotu. Nejvíce by ocenili 13. plat či dovolenou navíc. Závěrem bylo zjištěno, že zaměstnanci by upřednostnili finanční odměnu, před morální či benefity, jako motivaci k lepším pracovním výkonům.

4 Vzájemné porovnání vybraných podniků a doporučení vyplývající ze získaných poznatků

Podniky Doprava na paletách s. r. o. a Vít Logistics s. r. o., které byly podrobeny dotazníkovému šetření, mají ve své stávající nabídce podobné benefity pro své zaměstnance. Oba podniky poskytují příplatky na stravné, služební telefon, notebook či automobil. Některým svým zaměstnancům umožňují také využívat flexibilní pracovní dobu, nebo home-office. Do nabídky benefitů podniku Doprava na paletách s. r. o. patří také dny zdravotního volna navíc a poskytování vzdělávacích kurzů a školení. Stěžejní výsledky dotazníkového šetření, jsou porovnány v tabulce 3.

Tabulka 3 Porovnání výsledků dotazníkového šetření

	Doprava na paletách s.r.o.	Vít Logistics s.r.o.
Množství zaměstnanců spokojených se stávající nabídkou benefitů	82%	100%
Množství zaměstnanců motivovaných k lepšímu prac. výkonu prostřednictvím benefitů	82%	60%
Množství zaměstnanců upřednostňující zvyšování množství a hodnoty benefitů v závislosti na délce zaměstnání v podniku	71%	80%
Množství zaměstnanců upřednostňující zvyšování množství a hodnoty benefitů v závislosti na pracovním výkonu	41%	60%
Množství zaměstnanců, kteří znají hodnotu poskytovaných benefitů	100%	60%
Nejvíce motivující odměna pro zaměstnance	finanční	finanční
Benefity s největším zájmem	mzda navíc, dovolená navíc, příspěvek na život.a pen. poj.	mzda navíc, dovolená navíc, příspěvek na život. a pen. poj.

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Z výsledků uvedených v tabulce lze vyčíst zajímavé informace, které mohou být pro podniky důležité při jejich práci s motivací zaměstnanců prostřednictvím poskytovaných benefitů. Většina zaměstnanců obou podniků je spokojena se stávajícími benefity, v podniku Vít Logistics s. r. o. jsou spokojeni dokonce všichni zaměstnanci dané pobočky. Podniky mají fungující systém odměňování, čemuž napovídá i fakt, že více než polovina zaměstnanců obou podniků uvedla, že jsou skrze stávající benefity motivováni k lepším pracovním výkonům. V podniku Doprava na paletách s. r. o. se procenta zaměstnanců spokojených s benefity a procenta zaměstnanců motivovaných prostřednictvím benefitů dokonce rovnají.

Vysoké procento zaměstnanců obou podniků by mělo zájem o zvyšování množství a hodnoty benefitů v závislosti na odpracované době v podniku. Za oblíbeností tohoto modelu může stát předpoklad zaměstnanců, že je spravedlivý, jelikož se zvyšující se délkou zaměstnání v daném podniku se také zvyšuje odpracované množství a zlepšuje se pracovní výkon. Ovšem i zaměstnanci s kratší praxí mohou svým pracovním výkonem předstihnout dlouholeté zaměstnance. Menší zájem ze strany zaměstnanců by byl o model poskytování benefitů na základě odvedeného pracovního výkonu. Tento model by byl motivující pouze pro čtyřicet jedna procent zaměstnanců z podniku Doprava na paletách s. r. o. a šedesát procent zaměstnanců z podniku Vít Logistics s. r. o. Zajímavým řešením by se mohlo stát provázání těchto dvou modelů tak, aby byli zaměstnanci spravedlivě odměňováni na základě odpracované doby v podniku, např. jednorázové odměny za věrnost podniku po určitých letech, a odvedeného pracovního výkonu, např. den dovolené navíc za nejvýkonnějšího zaměstnance měsíce. Dle výsledků dotazníkového šetření, by právě tento model motivoval k vyšším pracovním výkonům, jelikož by si každý zaměstnanec vybral dle svých potřeb.

Zajímavé výsledky přinesla také otázka ohledně znalosti hodnoty poskytovaných benefitů. V podniku Doprava na paletách s. r. o. podle výsledků z průzkumu znají všichni zaměstnanci hodnotu poskytovaných benefitů. Naopak u podniku Vít Logistics s. r. o. tuto hodnotu zná pouze šedesát procent zaměstnanců. Na vině může být nízká informovanost ze strany zaměstnavatele, nebo nezájem samotných zaměstnanců. Pro zaměstnavatele by mělo být důležité informovat zaměstnance o hodnotě benefitů, jelikož se jedná o přidanou

hodnotu, kterou do svých zaměstnanců dobrovolně vkládají. Hodnota těchto benefitů může být v konečném důsledku pro zaměstnance také často vyšší, než samotná vyšší mzda u konkurenčního zaměstnavatele.

Zaměstnanci obou podniků uvedli, že nejvíce motivující odměnou je odměna finanční. To potvrzuje i další z otázek dotazníkového šetření, ve které měli zaměstnanci uvést tři benefity, o které by měli největší zájem. V obou případech se nejvíce ceněným benefitem stala mzda navíc, tedy 13. plat, dále pak shodně dny dovolené navíc a příspěvky na penzijní a životní pojištění. Toto jsou benefity, které žádný z daných podniků neposkytuje a na které by se tak mohl zaměřit, pokud chce zvyšovat motivaci a zároveň spokojenost svých zaměstnanců. Podnik ale také musí při zavádění nových benefitů zvážit své možnosti, tak aby neohrozil finanční či provozní chod podniku.

Poskytované benefity se často pro zaměstnance stávají samozřejmostí a ztrácejí tak svůj účel. Proto je důležité, aby se zaměstnavatel zaměřil na dlouhodobější motivační systém, neustále ho obnovoval a zjišťoval, co je pro jeho zaměstnance motivující. Přestože většina zaměstnanců nejvíce oceňuje finanční odměny, bylo by dobré se také zaměřit na nefinanční odměny, které zahrnují např. pochvaly a individuální hodnocení zaměstnanců.

Závěr

Diplomová práce je orientována na stanovení základních pojmů motivace a s ní souvisejících zaměstnaneckých benefitů. Dále je vysvětlena problematika dotazníkového šetření a statistických metod, které jsou používány k jeho vyhodnocení. Cílem práce bylo vytvoření dotazníku, který byl vyplněn zaměstnanci dvou podniků, a jeho následné vyhodnocení pomocí statistických metod. Práce tak obsahuje velké množství výpočtů a grafů pro lepší zobrazení zjištěných poznatků. Na základě výsledků dotazníkové šetření jsou navrženy postupy a způsoby pro zajištění větší spokojenosti a motivace zaměstnanců jednotlivých podniků.

Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. V teoretické části jsou nejprve vymezeny pojmy týkající se motivace, její typy a motivační teorie. Dále se práce zabývá odměňováním zaměstnanců a s tím spojenými benefity. Je zde popsána historie benefitů, jejich význam i členění. Důležitou součástí práce je teoretické vymezení dotazníku, jeho tvorba a typy používaných dotazníkových otázek. V závěru teoretické části jsou popsány statistické metody používané k vyhodnocování dat z dotazníkového šetření.

Následuje část praktická zahrnující vytvoření dotazníku, který je, po jeho vyplnění zaměstnanci dvou podniků, vyhodnocován pomocí statistických metod. Dotazníkového šetření se zúčastnily podniky Doprava na paletách s. r. o. a Vít Logistics s. r. o., které jsou v práci krátce představeny a následně jsou jejich výsledky provedeného výzkumu porovnávány.

Výsledky dotazníkového šetření v podstatě ukazují spokojenost zaměstnanců obou podniků s poskytovanými benefity. Přesto jsou v závěru práce uvedeny návrhy na zlepšení motivace a spokojenosti zaměstnanců v oblasti poskytovaných benefitů, tak aby byli zaměstnanci neustále stimulováni k lepšímu pracovnímu výkonu.

Seznam literatury

ARMSTRONG, Michael. *Odměňování pracovníků*. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2009. ISBN 978-80-247-2890-2.

ARMSTRONG, Michael. *Řízení lidských zdrojů, nejnovější trendy a postupy*. 10 vyd. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.

BEDRNOVÁ, Eva a Ivan NOVÝ, et al. *Psychologie a sociologie řízení*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2002. ISBN 8072610643.

BUDÍKOVÁ, Marie, Maria KRÁLOVÁ a Bohumil MAROŠ. *Průvodce základními statistickými metodami*. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-3243-5.

Doprava na paletách s. r. o., *Doprava na paletách* [online]. 2010 [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <http://www.dopravanapaletach.cz>.

DVOŘÁKOVÁ, Zuzana, et al. *Management lidských zdrojů*. Praha: C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-893-4.

FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2003. ISBN 80-247-0385-8.

FOSYTH, Patrick. *Jak motivovat lidi*. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-386-2.

HAGUE, Paul. *Průzkum trhu*. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-917-8.

HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 5. vyd. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0981-2.

HOSKOVEC, Jiří, Karel RIEGEL a Milan RYMEŠ. *Psychologie ve světě práce*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0448-5.

KÁBA, Bohumil a Libuše SVATOŠOVÁ. *Statistické nástroje ekonomického výzkumu*. Plzeň: Aleš Čeněk, s. r. o., 2012. ISBN 978-80-7380-359-9.

KOCIÁNOVÁ, Renata. *Personální činnosti a metody personální práce*. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-2497-3.

KOTLER, Philip, Veronica WRONG, John SAUNDERS a Gary ARMSTRONG. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOZEL, Roman, et al. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2006. ISBN 80-247-0966-X.

LEŠINGROVÁ, Romana. *Baťova soustava řízení*. Uherské Hradiště: Roma, 2008. ISBN 978-80-903808-9-9.

MALÁTEK, Vojtěch. *Metodologie marketingového výzkumu*. Karviná: Slezská Univerzita, 2001. ISBN 80-7248-119-3.

MALÝ, Václav. *Marketingový výzkum. Teorie a praxe*. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0761-7.

MACHÁČEK, Ivan. *Zaměstnanecké benefity. Praktická pomůcka jejich daňového řešení*. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-301-1.

MACHKOVÁ, Hana. *Mezinárodní marketing*. 2. vyd. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2006. ISBN 80-247-1678-X.

NAKONEČNÝ, Milan. *Motivace pracovního jednání a její řízení*. Praha: Management Press, 1992. ISBN 80-85603-01-2.

PELC, Vladimír. *Zaměstnanecké benefity v roce 2009*. Praha: Linde, 2009. ISBN 978-80-7201-754-6.

PILAŘOVÁ, Irena. *Jak efektivně hodnotit zaměstnance a zvyšovat jejich výkonnost*. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2008. ISBN 978-80-247-2042-5.

PŘIBOVÁ, Marie, et al. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: GRADA Publishing, a.s., 1996. ISBN 80-7169-299-9.

ŠTIKAR, Jiří, Karel RIGER, Milan RYMEŠ a Jiří HOSKOVEC. *Psychologie ve světě práce*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 8024604485.

TAHAL, Radek. *Základní metody sběru primárních dat v marketingovém výzkumu*. Praha: C. H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-585-5.

TOMŠÍK, Pavel. *Teorie motivace a odměňování pro řízení lidských zdrojů*. Brno: Mendlova zemědělská a lesnická univerzita, 2005. ISBN 80-7157-845-2.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 2. vyd. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2014. ISBN 978-80-247-5037-8.

Vit Logistigs s. r. o., *Vit Logistics* [online]. 2017 [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: <http://www.vit-log.cz>.

ZBOŘIL, Kamil. *Marketingový výzkum. Metodologie a aplikace*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1998. ISBN 80-7079-394-5.

Seznam příloh

Příloha A - Vzor dotazníku pro provedení průzkum

DOTAZNÍK

Vážení zaměstnanci,

obracím se na Vás s prosbou o vyplnění krátkého anonymního dotazníku, jehož cílem je zjistit spokojenost zaměstnanců s poskytovanými výhodami (benefity) od zaměstnavatele a do jaké míry zaměstnanecké benefity ovlivňují motivaci zaměstnanců. Výsledky dotazníku budou použity při tvorbě mé diplomové práce, a proto Vám předem děkuji za spolupráci a za Váš čas.

Zaškrtněte, prosím, křížkem zvolenou odpověď.

1) Jaké je Vaše pohlaví?

- Žena
- Muž

2) V jaké jste věkové skupině?

- do 20 let
- 21 až 35 let
- 36 až 50 let
- 51 let a více

3) Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Středoškolské
- Středoškolské s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

4) Jak dlouho jste u společnosti zaměstnán/a?

- do 1 roku
- 1 až 2 roky
- 3 až 5 let
- 6 až 10 let
- 11 let a více

5) Jaká je vaše pracovní pozice?

- Dělnická
- Manažerská
- Technická
- Jiná pozice (uved'te jaká)

6) Ovlivnila nabídka benefitů vaše rozhodnutí pracovat pro tuto společnost?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne

7) Jste spokojen/a s výhodami, které Vám zaměstnavatel formou zaměstnaneckých benefitů poskytuje?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne

8) Motivují Vás výhody poskytnuté zaměstnavatelem k lepšímu pracovnímu výkonu?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne

9) Bylo by pro Vás více motivující, kdyby se množství a hodnota benefitů zvyšovala s délkou Vašeho působení ve společnosti?

- Ano
- Ne

10) Bylo by pro Vás více motivující, kdyby se množství a hodnota Vašich benefitů zvyšovala či snižovala v souvislosti s Vaším pracovním výkonem?

- Ano
- Ne

11) Jaké benefity společnost, ve které pracujete, nabízí?

- Příspěvek na stravu (stravenky)
- Příspěvek na životní pojištění
- Příspěvek na penzijní či životní pojištění
- Příspěvky na rekreační pobyty a zájezdy, dovolenou
- Příspěvky na kulturní akce a sportovní akce (divadlo, kino, plavání, permanentky apod.)
- Půjčky zaměstnancům
- Flexibilní pracovní doba
- 5 dní dovolené navíc
- Zdravotní dny volna (sick days)
- Mzda navíc (13. Plat)
- Služební auto
- Služební telefon
- Služební notebook
- Možnost práce z domu (home-office)
- Vzdělávací kurzy a odborná školení (jazykové kurzy)

- Doprava do zaměstnání
- Odběr zboží a služeb od zaměstnavatele za snížené ceny
- Poskytování pracovního oblečení
- Zdravotní péče (roční komplexní prohlídka)
- Flexi pasy-poukázky na nákup vitamínů
- Flexi pasy-poukázky na masáže, relaxační a rekondiční masáže
- Jiné.....

12) O který z uvedených benefitů byste měl/a největší zájem? (zaškrtněte 3 druhy)

- Příspěvek na stravu (stravenky)
- Příspěvek na životní pojištění
- Příspěvek na penzijní či životní pojištění
- Příspěvky na rekreační pobyty a zájezdy, dovolenou
- Příspěvky na kulturní akce a sportovní akce (divadlo, kino, plavání, permanentky apod.)
- Půjčky zaměstnancům
- Flexibilní pracovní doba
- 5 dní dovolené navíc
- Zdravotní dny volna (sick days)
- Mzda navíc (13. Plat)
- Služební auto
- Služební telefon
- Služební notebook
- Možnost práce z domu (home-office)
- Vzdělávací kurzy a odborná školení (jazykové kurzy)
- Doprava do zaměstnání
- Odběr zboží a služeb od zaměstnavatele za snížené ceny
- Poskytování pracovního oblečení
- Zdravotní péče (roční komplexní prohlídka)
- Flexi pasy-poukázky na nákup vitamínů
- Flexi pasy-poukázky na masáže, relaxační a rekondiční masáže
- Jiný návrh.....

13) Víte, jakou finanční hodnotu mají Vaše benefity?

- Ano
- Ne

14) Co Vás nejvíce motivuje k lepším pracovním výkonům?

- Finanční odměna
- Morální odměna (pochvala od vedoucího, kolegů...)
- Zaměstnanecké výhody (benefity)

Děkuji za Vaši ochotu a čas strávený vyplňováním dotazníku.

Bc. Andrea Michálková
studentka ekonomické fakulty TUL