

ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s.

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor/specializace: 6208R087 Podniková ekonomika a management obchodu

ONLINE VZDĚLÁVÁNÍ A ROZVOJ ZAMĚSTNANCŮ Bakalářská práce

Veronika MÍČKOVÁ

Vedoucí práce: Ing. Jana Pechová, Ph.D.



ŠKODA AUTO Vysoká škola

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Zpracovatelka: **Veronika Míčková**

Studijní program: **Ekonomika a management**

Obor: **Podniková ekonomika a management obchodu**

Název tématu: **Online vzdělávání a rozvoj zaměstnanců**

Cíl: Cílem bakalářské práce je zmapovat nabídku online vzdělávání a rozvoje potenciálních zaměstnanců v automobilovém průmyslu, nabídku analyzovat a na základě konkrétních kritérií nabídku online vzdělávání a rozvoje vyhodnotit.

Rámcový obsah:

1. Vzdělávání a rozvoj (obecně)
2. Nové formy vzdělávání a rozvoje
3. Charakteristika vybraných vzdělávacích agentur poskytujících možnosti online vzdělávání a rozvoje
4. Výzkumné šetření s potenciálními zaměstnanci automobilového průmyslu (s cílem zjistit jakou online nabídku preferují)
5. Výsledky výzkumných šetření

Rozsah práce: 25 – 30 stran

Seznam odborné literatury:

1. ARMSTRONG, M. *Řízení lidských zdrojů.: 10. vydání.* Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.
2. GREENO, N. *Corporate Learning Strategie.* Alexandria: American Society for Training and Development: , 2006. ISBN 1-56286-412-2.
3. HRONÍK, F. *Rozvoj a vzdělávání pracovníků.* 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 233 s. ISBN 978-80-247-1457-8.
4. PALÁN, Z. *Lidské zdroje.* Praha: Academia, 2002. ISBN 80-200-0950-7.
5. PLAMÍNEK, J. *Tajemství motivace – Jak zařídít, aby pro vás lidé rádi pracovali.* Praha: Grada, 2015. 160 s. ISBN 978-80-247-5515-1.
6. SENGE, P M. *Pátá disciplína.: Teorie a praxe učící se organizace.* 1. vyd. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-162-1.
7. ZOUNEK, J. – SUDICKÝ, P. *E-learning učení (se) s online technologiemi.* 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012. ISBN 978-80-7357-903-6.

Datum zadání bakalářské práce: únor 2019

Termín odevzdání bakalářské práce: prosinec 2019

L. S.




Ing. Jana Pechová, Ph.D.
Vedoucí práce



doc. Ing. Pavel Štrach, Ph.D. et Ph.D.
Vedoucí katedry



Mgr. Petr Šulc
Prorektor ŠAVŠ



Veronika Míčková
Autorka práce

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci vypracovala samostatně a použité zdroje uvádím v seznamu literatury. Prohlašuji, že jsem se při vypracování řídila vnitřním předpisem ŠKODA AUTO VYSOKÉ ŠKOLY o.p.s. (dále jen ŠAVŠ) směrnici OS.17.10 Vypracování závěrečné práce.

Jsem si vědoma, že se na tuto závěrečnou práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, že se jedná ve smyslu § 60 o školní dílo a že podle § 35 odst. 3 je ŠAVŠ oprávněna mou práci využít k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna podle § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách.

Beru na vědomí, že ŠAVŠ má právo na uzavření licenční smlouvy k této práci za obvyklých podmínek. Užiji-li tuto práci, nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, mám povinnost o této skutečnosti informovat ŠAVŠ. V takovém případě má ŠAVŠ právo ode mne požadovat příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to až do jejich skutečné výše.

V Mladé Boleslavi dne 8.12.2019

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce, Ing. Janě Pechové, Ph.D., za odborné vedení a poskytnutí cenných rad a podnětů, jež mi v průběhu vypracování práce věnovala.

Zároveň bych chtěla poděkovat svým nejbližším, rodině i přátelům, kteří mi byli oporou nejen v průběhu období realizace bakalářské práce.

Obsah

Úvod.....	7
1 Teoretická východiska z oblasti vzdělávání a rozvoje.....	8
1.1 Základní pojmy.....	8
1.2 Vzdělávání a rozvoj zaměstnanců.....	10
1.3 Nové formy vzdělávání a rozvoje.....	20
2 Praktická část.....	25
2.1 Cíl výzkumu.....	25
2.2 Vymezení výzkumných metod a výzkumného souboru.....	26
2.3 Výsledky dotazníkového šetření.....	30
2.4 Popis vzdělávacích agentur.....	37
2.5 Srovnání vzdělávacích agentur.....	41
2.6 Shrnutí výsledků výzkumu.....	44
Závěr.....	46
Seznam literatury.....	47
Seznam příloh.....	52

Seznam použitých zkratk a symbolů

AI	Artificial Intelligence
AR	Augmented Reality
BOZP	Bezpečnost a ochrana zdraví při práci
CBT	Computer Based Training
ČR	Česká republika
IT	Informační technologie
LL.M.	Master of Law
MBA	Master of Business
MOOC	Massive Open Online Course
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
PO	Požární ochrana
ROI	Return of investment
s.r.o.	S ručením omezeným
ŠAVŠ	ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s.
VC	Virtual Classroom
VR	Virtual Reality
WBT	Web Based Training

Úvod

Technologický vývoj ovlivňuje takřka všechny oblasti a stejně tak zasahuje i do oblasti vzdělávání zaměstnanců. Se školeními a nejrůznějšími kurzy se za svůj život v rámci svého zaměstnání setkal téměř každý, úlohu tradičních prezenčních školení však stále častěji přebírá forma elektronická. Online kurzy se v zahraničí staly velmi rychle populárními, a to díky nesporným výhodám, které s sebou distanční vzdělávání přináší. Oblíbila si je tak nejen veřejnost, ale i firmy, které formu online vzdělávání uplatňují v rámci vzdělávání a rozvoje svých zaměstnanců. V České republice tento trend přesto nastupuje o mnoho pomalejším tempem a jsou zde uznávány spíše tradiční metody výuky. Na trh práce ovšem brzy nastoupí generace nyní takzvaně potenciálních zaměstnanců, jejichž studijní preference se mohou významně lišit.

Hlavním cílem této práce je současnou situaci zmapovat, zanalyzovat a vyhodnotit. Zmapována bude aktuální nabídka online vzdělávacích kurzů (poskytovaných vzdělávacími agenturami) využitelných pro vzdělávání a rozvoj potenciálních zaměstnanců automobilového průmyslu. Následně bude vhodně zanalyzována a vyhodnocena. Za účelem zjištění způsobu, kterým je tato nová forma vzdělávání a rozvoje vnímána právě těmito potenciálními zaměstnanci, bude realizováno dotazníkové šetření. Získaná data budou poté zpracována a vyhodnocena.

První část této práce bude zaměřena na teoretická východiska z oblasti vzdělávání a rozvoje se zaměřením na problematiku trendu formy online vzdělávání a rozvoje zaměstnanců. Obsahem její druhé části potom bude samotný výzkum, tedy jeho cíl, metodologie, výsledky a zjištění, která výzkum přinesl.

1 Teoretická východiska z oblasti vzdělávání a rozvoje

V této kapitole budou nejprve vymezeny některé základní pojmy z oblasti vzdělávání a rozvoje, které je nezbytné přesněji definovat za účelem řádného uvedení do dané problematiky. S těmito pojmy se můžeme později setkávat i v dalších částech této práce.

Závěr je věnován vzdělávání a rozvoji zaměstnanců, z části také pojednává o motivaci ke vzdělávání zaměstnanců, a to jak ze strany motivace firmy ke vzdělávacím aktivitám, tak z pohledu vzdělávajících se pracovníků. Zaměřuje se dále na generaci lidí, kteří by v současné době mohli být tzv. potenciálními zaměstnanci firem.

1.1 Základní pojmy

Tato první část se týká základních pojmů z oblasti vzdělávání a rozvoje zaměstnanců. Definováno bude jejich určité, konkrétní pojetí, tedy to, jak budou dále užívány v této bakalářské práci.

1.1.1 Učení

Zcela obecně je učení přirozenou součástí evoluce, jež usnadňuje adaptaci organismů na měnící se podmínky a je proto zcela zásadním pro jejich přežití (Plamínek, 2010). Jedná se o *proces*, který vede k přetrvávajícím a efektivním změnám vědění, chování a prožívání, znalostí, dovedností, postojů, hodnot či pracovního chování, tedy nejen vědění, ale i aktivního konání (Palán, 2002). K procesu dochází buď spontánně nebo záměrně.

1.1.2 Vzdělávání

Vzdělávání je organizovaný proces zprostředkování a aktivního získávání poznatků, schopností a dovedností. *Vzdělávání* se potom chápeme jako samotnou činnost účastníka vzdělávacího procesu za účelem rozvoje vlastního potenciálu (Palán, 2002). Je výsledkem vědomého úsilí na straně vzdělavatele. Ze strany účastníka vzdělávání probíhá jak ve vědomé, tak i nevědomé úrovni učení (Plamínek, 2010).

1.1.3 Rozvoj

O rozvoji hovoříme v případě, kdy dochází k růstu lidských schopností a potenciálu během určitých vzdělávacích aktivit nebo praxe. Armstrong pojem definuje následovně: „Rozvoj je vývojový proces, který umožňuje progresivně postupovat ze současného stavu znalostí a schopností k budoucímu stavu, v němž je zapotřebí vyšší úrovně dovedností, znalostí a schopností“ (Armstrong, 2007, s.470).

Dle Šikýře (2012) může být také jiným názvem pro rozšiřování kvalifikace, kdy si člověk osvojuje nové schopnosti nad rámec schopností požadovaných pro danou pracovní pozici, aby tak zvýšil svou uplatnitelnost v organizaci.

Pro účely této bakalářské práce bude dále pojem rozvoj uplatňován dle pojetí Armstronga, jakožto analyzovatelný a do jisté míry hodnotitelný a měřitelný výsledek míry úspěšnosti vzdělávací aktivity.

Z výše uvedených poznatků vyplývá, že díky schopnosti učení je možné, aby se člověk dál rozvíjel a zvyšoval tak úroveň svých znalostí a schopností. Jedním ze způsobů, jak tohoto docílit je právě vzdělávání se.

1.1.4 Vzdělávání dospělých

*Dospělost, ač se jedná o základní andragogický pojem, nelze jednoznačně definovat. Je třeba jej charakterizovat z různých úhlů pohledu, ať už z hlediska právního, fyziologického, psychologického apod. Právě z těchto důvodů je někdy místo vzdělávání dospělých užíván pojem *další vzdělávání* (Palán, 2002).*

Vzdělávání dospělých se od vzdělávání dětí a mladistvých (pedagogiky) v některých ohledech liší a má své zvláštnosti a specifika. Je nutné přistupovat k dospělým lidem jakožto k individuálním a rozvinutým osobnostem, které již během dosavadního života prošly nejrůznějšími zkušenostmi, jež jejich osobnost postupně zformovaly a tuto skutečnost pak v průběhu procesu výuky respektovat. Patrné rozdíly lze zaznamenat v rozdílné motivaci dospělých ke studiu, odlišnými měřítky kvality vzdělávacího kurzu i očekáváními týkajícími se výsledného přínosu vzdělávání (Barešová, 2011).

Specifiky vzdělávání a výchovy se podrobně zabývá již zmiňovaná andragogika, aplikovaná věda, která se jako samostatný vědní obor postupně oddělila od pedagogiky: „Dospělý není v andragogice většinou izolován od svých rolí

v pracovním, společenském a privátním životě, není tedy redukován na „žáka“ (Beneš, 2014, s.57).

Vzdělávání dospělých a andragogiku tedy chápeme jako dva odlišné pojmy. Andragogika se pohybuje na teoretické vědní úrovni, kdežto vzdělávání dospělých je samotným vzdělávacím procesem zahrnujícím všechny vzdělávací aktivity.

Vzdělávání člověka během jeho života obvykle zahrnuje tři oblasti (Šikýř, 2012)

- Oblast všeobecného vzdělávání
- Oblast odborného vzdělávání
- Oblast rozvoje

Obecné zásady ve vzdělávání dospělých jsou obdobné jako zásady pedagogiky (Barešová, 2011).

- Princip přiměřenosti – vytyčeného cíle, rozsahu a struktury obsahu, metod,
- Princip uvědomělosti – účastníci musí rozumět tomu, co a proč se učí,
- Princip postupnosti – od jednoduchého ke složitějšímu,
- Princip systematičnosti – logický rámec, uspořádanost,
- Princip názornosti – využívat působení na více smyslů,
- Princip aktivity – přímé poznávací činnosti,
- Princip spojení teorie s praxí – reálná využitelnost, tedy propojení s praxí,
- Princip individuálního přístupu – respekt zvláštností každého krzu,
- Princip kulturnosti – s přihlédnutím k současným vnějším podmínkám,
- Princip generalizace – zevšeobecňování.

Pedagogika i andragogika, ač se jedná o vědní obory oddělené, jsou si v samotném základu v mnohém podobné.

1.2 Vzdělávání a rozvoj zaměstnanců

Současná doba vyžaduje, aby se firma zabývala vzděláváním a rozvojem svých zaměstnanců. Kontinuální vzdělávání zaměstnanců se postupem času stalo

neopomenutelnou součástí působení všech organizací, ačkoliv míra jejich aktivní participace je v tomto směru různá.

Patrný je také posun od pořádání jednorázových či nahodilých vzdělávacích akcí v reakci na aktuální neodkladné potřeby organizace k trendu systematickosti a komplexnosti přístupu k podnikovému vzdělávání pracovníků. Tedy: „Od „opravování součástí“ k vnímání organizací jako živých systémů, které mají nesmírné schopnosti – obvykle nevyužívané – učit se, vyvíjet se a samy sebe obnovovat“ (Senge, 2007, s.267). Schéma tohoto postupného přechodu je znázorněno na obrázku 1. Tento celostní přístup odpovídá filozofii tzv. *učící se organizace*.¹



Zdroj: (Hroník, 2007, s.117)

Obr. 1 Přechod k systematickému přístupu ke vzdělávání

To zpravidla probíhá v neustále se opakujícím cyklu, který je tvořen čtyřmi částmi, identifikací vzdělávací potřeby, plánování vzdělávání, realizace vzdělávání a hodnocení vzdělávání (Armstrong, 2007). Tyto čtyři části zmiňuje například i Hroník (2007).

Z pohledu zaměstnance lze obecně motivaci k učení se novým znalostem a dovednostem chápat jako soubor mnoha různých a vzájemně se podmiňujících faktorů. Tato motivace je navíc podmíněna základními lidskými potřebami a je propojena se všemi potřebami napříč celou Maslowovou pyramidou potřeb. Ve vztahu k pracovnímu životu a kariéře je možné hovořit o snaze být lepší ve své práci.

„Účelem vzdělávání zaměstnanců je systematicky utvářet, prohlubovat a rozšiřovat schopnosti (znalosti, dovednosti a chování) zaměstnanců k vykonávání sjednané práce a dosahování požadovaného výkonu“ (Šikýř, 2012, s.146).

¹ Tento termín zpopularizoval Peter Senge v roce 1990.

1.2.1 Oblasti vzdělávání zaměstnanců

Oblasti vzdělávání nelze seskupovat jediným správným způsobem, je možné je systematizovat dle vlastního obsahu. Nejzřejmější je vydělení na dvě skupiny, a to na oblast *tvrdých a měkkých dovedností* (soft skills, hard skills) (Hroník, 2007).

Pro účely praktické části této práce a přesnější vymezení jejího zaměření je však třeba vyčlenění více specifických oblastí spolu s jejich definicí. Přesto však platí, že to, co může být pro nějakého pracovníka funkčním vzděláváním v rámci odborné přípravy na danou pracovní pozici, je pro někoho vzděláváním doplňkovým, rozšiřujícím (Hroník, 2007).

Tab. 1 Vlastní rozdělení oblastí vzdělávání zaměstnanců

Studium MBA či LL.M.	Profesní studium Master of Business Administration či Master of Law.
Odborné znalosti	V tomto pojetí zahrnuje tato oblast vzdělávání doplňující kurzy a školení, jejichž účelem je aktualizace informací a jež jsou nezbytná pro výkon některých povolání. Specificky např. právní oblast, účetnictví, produktové školení atp.
Povinná školení ze zákona	Školení, která je zaměstnavatel povinen zajistit. Tato jsou zakotvena v zákoníku práce.
IT/ICT dovednosti	Výuka či prohloubení znalostí a dovedností v rámci informačních a komunikačních technologií.
Jazykové dovednosti	Výuka či prohloubení znalostí a dovedností v rámci studia cizího jazyka, případně zdokonalení se v jazyce mateřském.
Osobnostní dovednosti	Zahrnuje početné množství dovedností, ve kterých je možné se zdokonalovat. Zpravidla se však jedná o soft skills, např. komunikace, rétorika, asertivita atp.
Manažerské dovednosti	Zahrnuje početné množství dovedností, ve kterých je možné se školit a zdokonalovat. Jedná se např.

	o leadership, efektivní delegování, zvládání obtížných situací atp.
Obchodní dovednosti	Zahrnuje početné množství dovedností, které je možné se naučit či se v nich zdokonalit. Mezi ně patří např. oslovení klientů, obchodní jednání, péče o klienta atp..

Toto vlastní rozdělení oblastí vzdělávání do osmi kategorií bude dále užíváno v následujících částech práce.

1.2.2 Metody firemního vzdělávání zaměstnanců

Existuje hned několik způsobů, kterými je možné metody vzdělávání rozčlenit. V této kapitole budou krátce představeny jednotlivé metody spolu s jejich stručnou charakteristikou. V zájmu dosažení co nejlepších výsledků je vhodné tyto metody kombinovat.

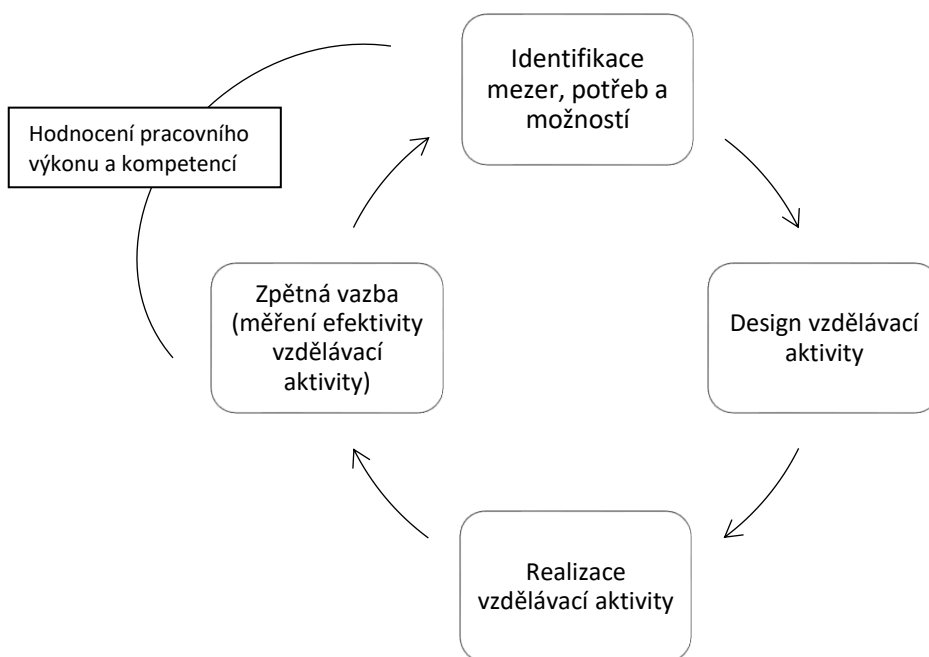
Rozdělení metod firemního vzdělávání dle místa (Dvořáková a kol., 2007):

- Vzdělávání na pracovišti – má rysy spíše individuálního přístupu ke každému zaměstnanci, školitel je představitelem zaměstnavatele, např. instruktáž, rotace práce, coaching, mentoring, counselling atd.
- Vzdělávání mimo pracoviště – hromadný, skupinový charakter vzdělávání, zpravidla nižší míra přizpůsobení na míru jednotlivci, zabezpečeno interně či externě, např. přednáška, workshop, simulace, assesment centre atd.
- Kombinované metody na rozhraní – např. action learning, samostudium, e-learning atd.

Každá z výše uvedených metod s sebou přináší své výhody i nevýhody. Důležité je ovšem zvolit tu, která bude dostatečně korespondovat s obsahem a účelem vzdělávací aktivity, případně bude volena i s ohledem na individuální styl učení jednotlivce či skupiny.

1.2.3 Rozvoj zaměstnanců

Cílem každé vzdělávací aktivity je v první řadě zvýšit pracovní výkon zaměstnance, rozvinout a rozšířit tak úroveň jeho vědomostí, schopností či dovedností. Proto je nezbytné ověřit a vyhodnotit, do jaké míry realizovaná vzdělávací aktivita svůj cíl naplnila (Hroník, 2007). Dostatečná zpětná vazba je tak neoddelitelnou částí celého vzdělávacího cyklu (viz obrázek 3).



Zdroj: (Hroník, 2007)

Obr. 2 Cyklus vzdělávání v organizaci

Hodnocení vzdělávacího procesu i výsledků vzdělávání může probíhat na několika různých úrovních a využíváno může být hned několik různých metod. Mezi ty patří metoda reflexe, dotazníků, rozhovorů, pozorování, či různých testů, zkoušek (Havlíčková, Žárská, 2012). Způsob vyhodnocování výsledků je třeba určit již ve fázi plánování vzdělávací aktivity s čímž přímo souvisí potřeba definovat očekávání, která se týkají předpokládaného dopadu vzdělávací aktivity na chování účastníků (Armstrong, Taylor, 2015).

Mezi metodami vyhodnocování vzdělávacích aktivit převládají průzkumy spokojenosti. Spokojenost je oproti měření přímého vlivu na výsledky snáze a jednoznačněji měřitelná. Nejpoužívanější a nejnámější systém vyhodnocování

vzdělávání navrhl Donald Kirkpatrick². Tento *evaluační model* z roku 1994 zahrnuje čtyři úrovně, z nichž je každá ovlivněna úrovní předchozí, jako je tomu na obrázku 4. Další z klasických metod je výpočet pomocí ukazatele ROI.



Zdroj: (Armstrong, Taylor, 2015)

Obr. 3 Kirkpatrickův evaluační model

Úspěšnost vzdělávání je jistě třeba vyhodnocovat, avšak je třeba zmínit existenci problémů, které proces evaluace komplikují. Je možné je alespoň částečně eliminovat díky co nejpresnějšímu nastavení hodnotících kritérií.

1.2.4 Motivace organizací ke vzdělávání a rozvoji zaměstnanců

Jak uvádí Vodák a Kucharčíková: „V budoucnu se do popředí dostanou ty podniky, které v maximální možné míře využijí schopnost vyhledávání a rozvoje lidského kapitálu potřebného k získání konkurenční výhody“ (Vodák, Kucharčíková, 2011, s.20).

Nabídku vzdělávání pro zaměstnance lze v některých případech zařadit mezi pracovní benefity, které jsou v současné době jedním z nejatraktivnějších lákadel pro potenciální zaměstnance. Z toho vyplývá, že tento benefit lze snadno využít a zapracovat jako součást HR marketingu podniku.

Společnost LMC s.r.o., která je jednou z předních evropských e-recruitmentových společností, dokládá toto tvrzení výslednými daty provedeného průzkumu z roku 2017. Prostřednictvím internetového portálu pracovních příležitostí Jobs.cz bylo provedeno dotazníkové šetření zaměřené na tehdejší absolventy VŠ. Šetření se zúčastnilo 737 respondentů, kteří v rámci dotazníku volili ty nejdůležitější faktory, jež by je byly schopny ovlivnit při rozhodování se o případné změně zaměstnání. Z výsledného grafu, který byl nazván *Vzdělávání jako faktor výběru práce* a jehož

² „The Kirkpatrick Model“ byl popsán v publikaci s názvem *Evaluating training programs: the four levels*. Donald Kirkpatrick, americký univerzitní profesor, na její tvorbě spolupracoval se svým otcem, Jamesem Kirkpatrickem.

jméno bylo ponecháno i ve vlastním ztvárnění, je patrné, že hned po dobrém pocitu z vykonávání užitečné a smysluplné práce, absolventy k případné změně práce nejčastěji motivovala možnost odborného růstu, v jehož rámci mají možnost se nějakým způsobem dále vzdělávat, školit a rozvíjet.



Zdroj: (LMC s.r.o., 2019)

Obr. 4 *Vzdělávání jako faktor výběru práce*

Nízký podíl nezaměstnaných osob v populaci ČR v posledních letech (dle údajů MPSV od ledna 2019 do srpna 2019 dosáhl maximálně 3,1 % a vyjadřuje podíl tzv. dosažitelných uchazečů o zaměstnání ve věku 15-64 let) dal vzniknout konkurenčnímu prostředí mezi organizacemi v otázce hledání nových zaměstnanců. Často se tak stává, že zaměstnanec přechází z jedné firmy do druhé přímo, bez časové prodlevy, v reakci na poskytnutou atraktivnější nabídku pracovního místa, čímž se částečně zvyšuje také míra fluktuace zaměstnanců.

1.2.5 Motivace zaměstnanců ke vzdělávání se

„Humanisticky zaměření psychologové věří, že lidé směřují k určité ideální, harmonické a plné osobnosti“ (Plamínek, 2015, s.32). Tento názor se shoduje s tvrzením uvedeným v úvodu podkapitoly.

Ne ve všech případech a za všech okolností však převažuje vnitřní motivace člověka, motivy ke vzdělávání se jsou individuální záležitostí každého jedince. Motivace tak často přichází i z vnějšku, v podobě různých stimulů. V každém případě, při respektování základních principů vzdělávání dospělých, je třeba dospěle předem dostatečně informovat o důvodech, proč by se měli (chtít) vzdělávat a stejně tak je seznámit s cíli, kterých mají díky vzdělávání dosáhnout.

Dle Kutarňové (2018) a na základě průzkumů, které do svého článku zpracovala, jako nejčastější bariéry pracovníci ve vztahu ke vzdělávání uvádí nedostatek peněz a času. Je proto vhodné, aby jim v tomto ohledu podnik vyšel vstříc. Například umožněním studia v rámci pracovní doby, možností kurz absolvovat on-line a učit se dle svého tempa a časových možností.

1.2.6 Bariéry ve vzdělávání zaměstnanců

Organizace se však aktuálně potýkají se specifickými problémy v oblasti vzdělávání zaměstnanců. Bartlová (2008) tyto bariéry dělí na dvě skupiny:

Vnitřní bariéry:

- Nedostatečná vůle a motivace pracovníků (nedostatek motivačních podnětů ze strany zaměstnavatele),
- Rodinné nebo zdravotní problémy,
- Strach a stres,
- Osobní nebo psychické potíže,
- Odlišnost priorit,
- Špatné osobní zkušenosti se vzdělávacími kurzy.

Vnější bariéry

- Nedostatek financí,
- Nedostatek času,
- Nezajímavá nabídka vzdělávacích kurzů nebo špatná zkušenost s nimi,
- Nedostatečná podpora okolí,

- Špatná dostupnost místa vzdělávání.

Firmy by přirozeně měly usilovat o jejich odstranění, je však nepravděpodobné, že by byly samy schopny přímo ovlivnit všechny zmíněné faktory.

1.2.7 Potenciální zaměstnanci organizací

Teorii generací vytvořili v roce 1991 američtí vědci Neil Howe a William Strauss. Svou prvotinu pojmenovali ambiciózním způsobem – nese podtitul *Historie americké budoucnosti, 1584 až 2069*.

Dle Howa a Strausse se zhruba jednou za čtvrt století narodí nová generace lidí se společnými povahovými rysy, zvláštnostmi a specifiky, které ji odlišují od těch ostatních. Howe a Strauss pojmenovali každou z nich a současně popsali jejich typické rysy a specifika, toto vše počínaje rokem 1433.

Teorie může být uplatňována ve spojitosti s libovolným aspektem každodenního života jakožto návodný pomocník při snaze o porozumění jednotlivým generacím. Je však třeba brát na vědomí, že teorie byla vytvořena na základě analýzy obyvatel Ameriky a váže se tedy na tamější politickoprávní, ekonomické, sociokulturní, technologické a geografické prostředí, které se od toho v ČR v mnohém liší.

Jak již bylo zmíněno v úvodu kapitoly, existuje množství odlišností, které neumožňují aplikovatelnost generační teorie na populaci veškerých světových národů. Je tak nezbytné teorii částečně přizpůsobit lokálním podmínkám a historii, a to s předběžným očekáváním odlišností generačních specifik, z čehož mimo jiné vyplývá i jejich různé časové vymezení.

Všechny generace na sebe plynule navazují, nová generace na předchozí. Každá další generace pak oproti předešlé přichází s novými přístupy.

Aktuálně je možné zařadit do skupiny potenciálních zaměstnanců, tedy v tomto pojetí, osob, které v nedávné minulosti či v průběhu několika následujících let vstoupí na pracovní trh, dvě generační skupiny. Těmi jsou Mileniálové neboli *Generace Y a Generace Z*.

Magazín Forbes vytvořil v jednom ze svých speciálů přehlednou tabulku na míru právě české populaci. Speciál vznikl s pomocí výzkumu *Milleniálové*, historicky první velkou studií českých mileniálů, která vznikla v roce 2016. Průzkum byl realizován ve spolupráci agentur NMS Market Research a PR.Konektor (Foitová,

2017).³ V rámci českého prostředí je možné nalézt některé články či akademické práce, avšak jediné správné časové zařazení vymezeno doposud není. Na základě informací z dostupných zdrojů a historického kontextu bude v této práci dále užito časové vymezení, které je uvedeno v tabulce 1.

Tab. 2 Generace Y a Generace Z v ČR (2016)

	Generace Y	Generace Z
Časové vymezení v mezinárodním kontextu	1980 až 1999	Po roce 2000
Časové vymezení v kontextu ČR	1983 až 1997	Po roce 1998
Společenský kontext	Jde o první globalizovanou porevoluční generaci. Jsou seznámeni s online světem, žijí online. Volný pohyb přes hranice a svoboda jsou pro ně samozřejmostí.	Generace, která vyrostla v digitální době. Nezažila dobu bez internetu nebo smartphonů.
Životní hodnoty	Šťěstí a spokojenost. Užívat si života a mít k tomu dostatek finančních prostředků.	Tvorba pevných vazeb s ostatními lidmi. Hodně toho v životě zažít a vyzkoušet.
Dominantní technologie	Smartphone, notebook, internet.	Nejvíce využívají smartphone, stačí téměř ke všemu.

³ Data původně dostupná na millenialove.cz, avšak v současné době je tato webová stránka pozastavena.

Přístup ke studiu	„Generace Erasmus“. Nejvíce se zajímá o to, co a proč studuje.	Generace, která se učí online, na dálku, prostřednictvím obsahu na sociálních sítích. Silnou stránkou je multitasking.
--------------------------	---	---

Upraveno dle: (Forbes Česko, 2017)

Další prameny hovoří o existenci tzv. *děti digitálního věku* neboli síťové generaci. Sudický a Zounek (2012) přisuzují jejím příslušníkům znaky jako je schopnost multitaskingu, preference učení se prostřednictvím audiovizuálních materiálů, schopnost plynule propojovat virtuální a fyzický svět či učení se vlastním objevováním (raději se učí empiricky než pasivně).

1.3 Nové formy vzdělávání a rozvoje

Trendy ve firemním vzdělávání jsou výsledkem působení hned několika faktorů prostředí. Jednu z nejmarkantnějších změn nicméně v poslední době zaznamenala oblast vzdělávání díky rozvoji informačních technologií. S nástupem internetu se objevily také nové možnosti sdílení a konzumace obsahu.

Toto nové prostředí dalo vzniknout integrativním vzdělávacím technologiím, které „představují širokou škálu webových nástrojů, systémů a mobilních technologií, které podporují integraci technologických a pedagogických přístupů, a to ve všech fázích vyučovacího procesu“ (Zounek, Sudický, 2012, s. 8).

Je třeba od sebe hned na začátku oddělit dva pojmy, kterými jsou e-learning a online learning. Oba se v určitých aspektech překrývají a jejich vzájemná provázanost je prezentována různými způsoby. Často bývají označení jako e-learning, virtual learning, distanční vzdělávání, uváděna jakožto synonyma (Buzetto-More, 2007). Zde však bude pojem online vzdělávání užíván jako pojem podřazený spektru vzdělávacích aktivit spadajících pod e-learning.

E-learning je takzvaně *Technology-based Learning*. V součtu zahrnuje vcelku širokou škálu aplikací a procesů (internet, extranet, CD-ROM atp.). Oproti tomu je online learning v tomto pojetí chápán pouze jakožto *Web-based Learning*, čili vzdělávání založené na bázi internetu, intranetu nebo extranetu.

Důležitým předpokladem pro využití těchto technologií je však schopnost alespoň základní práce s nimi. Na pracovní trh nastupující generace mají v tomto směru oproti svým předchůdcům nespornou výhodu. Generace Y se těmto dovednostem postupně učila během svého dospívání, generace Z si dokonce život bez internetu nedokáže představit, těmto dovednostem se totiž intuitivně učila již od raného dětství.

1.3.1 E-learning

Forma elektronického vzdělávání byla zpočátku zaměřena na výpočetní techniku a tvůrci těchto kurzů byli povětšinou IT specialisté (Barešová, 2011).

Zounek a Sudický (2012) ve své publikaci uvádějí, že by však bylo nesprávné chápat e-learning jako hotový počítačový systém na jehož základě potom již samotné učení probíhá samo. Jedná se o komplexní systém, jehož součástí jsou vzdělávající se osoby, které komunikují, učí se a vyučují se navzájem, a to za pomoci počítačů a počítačových sítí. Nelze jej považovat za úplnou náhradu tradičního vzdělávání, je přínosný pro její doplňování a rozšíření (Armstrong, 2007).

Mezi největší výhody patří jeho dostupnost pro organizace i jednotlivce („just-in-time“), nabízí přístupnější, efektivnější a levnější studium. Přístup může být realizován pomocí hned několika různých zařízení. Neklade nároky na prostor a umožňuje snadnější průběžnou údržbu a aktualizaci obsahu, podléhá snadnější administraci. Vzdělávací aktivity jsou navíc individualizovány. Vyučovací proces může být zahájen ve vyhovujícím čase a prostředí, je přístupný v čase, který je určován přímo uživatelem (Palán, 2002; Barešová, 2011).

Nevýhody jsou spatřovány v závislosti na technologiích a jejich plné funkčnosti. E-learning také není vhodný pro všechny typy vzdělávání, kdy je nutné zachovat alespoň čásečně tradiční formu zahrnující lidský faktor. Z pohledu studentů může vyvstat problém ohledně individuálních preferencí typu studia. Některým z nich tak nemusí vyhovovat absence interakce s ostatními účastníky atp.

Mezi formy e-elearningu řadíme (Barešová, 2011):

- CBT (Computer Based Training) – kurzy v off-line podobě, které nevyžadují připojení počítače k internetu,

- VC (Virtual Classroom) – interaktivní nástroj, virtuální třída, jejíž studenti a vyučující spolu nejsou ve fyzickém kontaktu, místo toho se připojí k internetu ve smluvený čas,
- WBT (Web Based Training) – forma vzdělávacích kurzů, které jsou poskytovány pomocí intranetu či internetu.

Kapitola bude dále zaměřena na výuku a učení se za podpory online technologií jejichž rozvoj je v posledních letech velmi dynamický a přináší do tohoto odvětví nejnovější trendy.

1.3.2 Online vzdělávání

Online výuka je jednou z forem vzdělávání mimo pracoviště. Přednášky, prezentace, úkoly, testy a další materiály jsou přístupné prostřednictvím virtuálních platforem.

Barešová (2011), dělí on-line vzdělání následovně:

- Založené na teorii – následná praktická aplikace ze strany studujících je vyžadována v malé míře (virtuální přednášky, odkazy na externí zdroje, soubory ke stažení)
- Založené na aplikacích – interaktivní forma vzdělávání, od studujících je očekávána aktivita (simulace, testy, prostor pro uplatnění vlastních nápadů)
- Založené na spolupráci
- Individualizované

Vzdělávání online je formou čistě distančního vzdělávání.

1.3.3 Blended learning

Smíšené či propojené vzdělávání, které nese ustálený anglický název blended learning, kombinuje prezenční formy vzdělávání s e-learningem. Dle Zounka a Sudického (2012) mohou být moderní technologie velmi užitečnou součástí tradiční či prezenční výuky. Jeho cílem je využít pozitivní aspekty obou forem a kombinovat je za účelem dosažení co nejlepšího výsledku, má tak významný budoucí potenciál. American Society for Training and development označila v roce 2003 blended

learning jako jeden z deseti nejslibnějších trendů v oblasti vzdělávání (Bonk, Graham, 2006)

Mezi výhody patří kombinace snazší dostupnosti a flexibility takto designovaných vzdělávacích aktivit. Mnoho vzdělávajících se osob touží využít výhod, jež jim poskytuje e-learning (online learning), avšak nejsou připraveny tímto způsobem plně nahradit osobní kontakt s vzdělávající osobou, případně ostatními z kolektivu. Ne všichni studenti plně docení možnost autoregulovaného učení, které je náročnější na schopnost sebedisciplíny.

1.3.4 Současné trendy v oblasti vzdělávání a rozvoje

Implementace těchto nových možností, přístupů či nejnovějších technologií do firemního vzdělávání a rozvoje zaměstnanců budeme pravděpodobně svědky s určitou časovou prodlevou, avšak již v současnosti je predikována jejich budoucí využitelnost právě v oblasti vzdělávání. Některé z nich jsou aktuálně na svém vzestupu, avšak v budoucnu je očekáván další nárůst jejich popularity.

Těchto devět trendů z let 2018 a 2019 lze zařadit mezi ty nejčastěji se opakující ve výčtech hned několika různých autorů a zdrojů (Skilbeck, 2019; Casey, 2018; Suresh, 2018; Perring, 2019).

- Rozšířená a virtuální realita (AR/VR) – Popularita rozšířené a virtuální reality je historicky na svém největším vzestupu. Poskytuje možnost rozšířit existující obsah prostřednictvím zajímavých překryvných grafických prvků či vytvořit simulace událostí v reálném čase.
- Gamifikace – Zapojení herních prvků do učení zlepšuje míru zapojení studujících do vzdělávání a při hraní her se navíc uvolňují tzv. šťastné hormony, dopamin a serotonin, které přispívají k pozitivnímu vnímání vzdělávacího procesu.
- M-learning – Zaměstnanci si již zvykli na možnost přístupu kdykoliv a kdekoliv, přímo ze svého mobilního telefonu. Je proto vhodné přizpůsobit online vzdělávání také mobilnímu formátu.
- Video-based learning – Popularita webových stránek založených na videoobsahu podnítila organizace, aby do svého vzdělávání zapojily více videí.

- Podcasty – Oproti video obsahu je tento čistě zvukový formát ještě přístupnější. Tento formát pravidelně poslouchá stále větší část populace a stále se počet takových lidí meziročně zvyšuje.
- Microlearning – Nedostatek času na učení je ze strany zaměstnanců jednou z největších překážek ve vzdělávání. Spolu s každodenní konzumací velkého množství obsahu také klesá schopnost a doba pozornosti a soustředění. Řešení tohoto problému by mohlo částečně vyřešit rozdělení učebního obsahu na velmi malé části, které student dokončí během tří až pěti minut.
- Využití AI – Umělá inteligence může být v budoucnu použita za účelem předpovídání chování studenta a ve snaze o personalizaci vzdělávání. Na základě úspěšnosti v jednotlivých modulech či průběžných testech, bude obsah kurzu přizpůsobován na míru.
- Social learning – Organizace postupně propojují vzdělávající se zaměstnance způsobem, jakým jsou zvyklí operovat na sociálních sítích tak, aby zlepšili možnost jejich vzájemné komunikace aj.
- Sebeřízené učení (MOOC – tj. massive open online course) – přístup k hromadným otevřeným online kurzům je stále jedním z vyhledávaných zaměstnaneckých benefitů. Přináší možnost vzdělávat se ve vybrané oblasti přímo dle osobních preferencí zaměstnance.

Výčet trendů je ve skutečnosti o mnoho delší a je možné si povšimnout, že se tento seznam každým rokem rozšiřuje.

2 Praktická část

Praktická část této bakalářské práce zahrnuje výzkum mapující současnou nabídku online vzdělávání a rozvoje v ČR. Nejprve zde bude představen cíl výzkumného šetření, dále budou popsány metody výzkumu a výzkumný vzorek. Na základě výsledků dotazníkového šetření bude následně zmapována a vyhodnocena nabídka těch vzdělávacích agentur, s jejichž online kurzy měli respondenti v minulosti v rámci profesního vzdělávání osobní zkušenost.

2.1 Cíl výzkumu

Nejrůznějších online kurzů je možné v anglickém jazyce dohledat nepřeberné množství, dokonce MOOC kurzy prestižních univerzit (např. Harvard, Yale, Stanford, Massachusettský technologický institut – MIT). Přesto zmíněný novodobý fenomén do jednotlivých oblastí vzdělávání a rozvoje proniká v rámci ČR spíše postupně a pozvolna a faktorů toto tempo ovlivňujících, může být mnoho.

Z výsledků výzkumného šetření bude patrné, jak tuto novou formu vzdělávání a rozvoje vnímají potenciální zaměstnanci automobilového průmyslu, žijící v ČR. Některé vzdělávací agentury nabízející online kurzy pro zaměstnance, budou mezi sebou porovnány a na základě této analýzy bude jejich nabídka vyhodnocena.

2.1.1 Hlavní sledovaný cíl výzkumu

Hlavním cílem výzkumného šetření je zmapovat nabídku online vzdělávacích kurzů dostupných v ČR využitelných pro vzdělávání a rozvoj (potenciálních) zaměstnanců automobilového průmyslu. Tato nabídka bude následně vhodným způsobem zanalyzována a následně na základě konkrétních kritérií vyhodnocena.

2.1.2 Předpoklady související s realizovaným výzkumem

Kromě hlavního cíle práce existují i cíle dílčí, reprezentované v podobě několika předpokladů zakládajících se na teoretických poznatcích. Tyto předpoklady budou v závislosti na výsledcích výzkumného šetření potvrzeny či vyvráceny:

1. Firmy postupně mění svůj přístup ke vzdělávání – od realizace „kusovek“ postupují k celostnímu přístupu, protože vzdělávání a rozvoj zaměstnanců vede k prosperitě firmy jako celku a krom toho může sloužit jakožto silný nástroj personálního marketingu. Tento

progres by se měl promítnout i v názorech respondentů. Více než polovina z nich je tedy se zájmem zaměstnavatelů o tuto oblast spokojena.

2. Generace X a Y využívají moderní technologie denně. Vzdělávací aktivity jsou proto stále častěji realizovány formou online vzdělávání, neboť těmto nastupujícím generacím nečiní tato forma problém. Většina respondentů (70 % a více) se proto s online vzděláváním v rámci své práce již setkala.

2.2 Vymezení výzkumných metod a výzkumného souboru

Pro tento výzkum byla zvolena metoda dotazování prostřednictvím elektronického dotazníku. Aby bylo možné výzkum úspěšně realizovat, je nutné nejprve vhodným způsobem definovat jeho cíle. Následně je třeba sestavit samotný dotazník a vhodným způsobem formulovat a stylizovat jeho jednotlivé otázky. Po ukončení sběru těchto primárních dat budou tato data vyhodnocena a na základě některých konkrétních dostupných údajů bude poté zahájen sběr dat sekundárních. Tím bude naplněn hlavní výzkumný cíl, a to zmapování a vyhodnocení nabídky online vzdělávání a rozvoje potenciálních zaměstnanců automobilového průmyslu.

2.2.1 Metodologie

Elektronický dotazník byl vytvořen pomocí online dotazníkové služby www.vyplnto.cz. Ta byla ze skupiny podobných služeb vybrána za nejvhodnější díky možnosti exportu surových dat. Hypertextový odkaz na zmíněný dotazník byl následně mezi potenciální zaměstnance automobilového průmyslu, v tomto případě mezi studenty ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s. (dále ŠAVŠ), distribuován pomocí sociální sítě Facebook (uzavřené skupiny studentů ŠAVŠ) a dostupné databáze studentských e-mailů. Sběr odpovědí byl zahájen 3.11.2019 a ukončen 10.11.2019 s více než 81% návratností.

Dotazník obsahoval celkem 15 povinných otázek mezi kterými se vyskytovaly otázky uzavřené a polouzavřené. Pomocí skupiny úvodních identifikačních otázek byly cíleně zjišťovány některé základní informace o respondentech, což dále umožnilo definovat přesnější strukturu výzkumného souboru (věk, původ, stupeň studia, zaměstnání). Odpověďmi na dvě následující otázky respondenti hodnotili

nejprve názor na míru úsilí a participace firem v oblasti vzdělávání a rozvoje svých zaměstnanců, poté byli dotázáni na vlastní motivaci k sebevzdělávání a seberozvoji. Následovala otázka filtrační, rozdělující respondenty na ty, kteří v jeho vyplňování budou pokračovat a skupinu těch, kteří dotazník touto odpovědí ukončí. Poslední a zároveň nejpočetnější skupina otázek byla zaměřena na online vzdělávání (oblast vzdělávání, povinná/nepovinná účast na vzdělávacím kurzu, forma kurzu, zprostředkovatel kurzu, hodnocení, případná doporučení).

Výzkumný soubor zahrnuje pouze studenty ŠAVŠ, a to jak bakalářských, tak i magisterských programů (Praha, Mladá Boleslav). Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 238 respondentů, pro dodržení předpokladu zjištění vnímání problematiky potenciálními zaměstnanci automobilového průmyslu (generace X a Y), bylo třeba vyřadit respondenty starší 30let, čímž se tento soubor snížil na 227 respondentů.

Pomocí vhodně zvolené filtrační otázky (otázka č. 7 - povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí, podle toho se mu zobrazily další otázky [Ano → otázka č. 8, Ne → konec dotazníku]), byla dále vyfiltrována skupina těch respondentů, kteří se již v rámci svého zaměstnání (či praxe apod.) v minulosti setkali s online vzděláváním. Pomocí tohoto kroku bylo vyfiltrováno 128 respondentů, kteří kompletně dokončili dotazník a zodpověděli tak všechny otázky (1. až 15.).

V závislosti na respondenty nejčastěji zmíněných agenturách (dle odpovědi na otázku č. 11, „Kým byly Vámi absolvované vzdělávací aktivity zajišťovány?“), o nich byla shromážděna sekundární data a charakteristiky. Na základě předem určených znaků byly mezi sebou pomocí kompativní analýzy agentury dále srovnávány.

2.2.2 Struktura výzkumného souboru

Jak bylo v úvodu této podkapitoly uvedeno, první otázky vyskytující se v dotazníku byly otázkami identifikačními. Respondenti byli nejprve dotazováni na svůj věk (viz otázka č. 1 dotazníku, Tab. 3), původ (otázka č. 2 dotazníku, Tab. 4), aktuálně studovaný stupeň vysokolského studia (otázka č. 3 dotazníku, Tab. 5) a zaměstnání (otázka č. 4 dotazníku, Tab. 6).

1. Jaký je Váš věk?

2. Z jakého kraje pocházíte?

3. Jaký stupeň vysokoškolského studia momentálně studujete?

4. Jaké je Vaše zaměstnání?

Struktura respondentů je z pohledu věku (věkových skupin) nejčastěji zastoupena respondenty ve věku 20-23 let, kteří tvoří 63 %. Tito studenti jsou svým věkem zařaditelní jak mezi příslušníky generace X, tak i Y, jelikož se pohybují na jejich rozmezí. Dotazníkového šetření se dále účastnila skupina respondentů mladších 20let (19,38 %) – generace Y, po které s malým odstupem následuje věková kategorie tvořena respondenty ve věku 24-26 let (14,54 %) – generace X. Výzkumu se zúčastnilo pouze 7 respondentů ve věku 27-30 let (generace X), kteří tvoří 3,08 % z celku.

Tab. 3 Struktura respondentů dle věku

Věk respondentů	Absolutní počet	Relativní počet
Méně než 20 let	44	19,38 %
20-23 let	143	63 %
24-26 let	33	14,54 %
27-30 let	7	3,08 %

Z tabulky 4 je patrné, že nejčastěji respondenti pochází ze Středočeského kraje, a to téměř ve 35 % případů. Z hlavního města Prahy je 16,74 % respondentů. Výzkumu se účastnili i respondenti pocházející z jiného státu než ČR, nejčastěji z Ruska (více než 6 %). Kromě toho však také z Ukrajiny, Běloruska, Vietnamu a Slovenské republiky. Dohromady představují 11 % respondentů, kteří však přesto aktuálně žijí v ČR, kde studují na ŠAVŠ.

Tab. 4 Struktura respondentů dle kraje jejich původu

Kraj ČR	Absolutní počet	Relativní počet
Hlavní město Praha	38	16,74 %
Středočeský kraj	78	34,36 %
Jihočeský kraj	5	2,2 %
Jihomoravský kraj	1	0,44 %
Karlovarský kraj	5	2,2 %
Kraj Vysočina	3	1,32 %

Královehradecký kraj	19	8,37 %
Liberecký kraj	22	9,69 %
Moravskoslezský kraj	4	1,76 %
Olomoucký kraj	3	1,32 %
Pardubický kraj	2	0,88 %
Plzeňský kraj	6	2,64 %
Ústecký kraj	14	6,17 %
Zlínský kraj	2	0,88 %
Jiný stát než ČR	25	11 %

Naprostá většina respondentů v současnosti studuje některý z bakalářských programů ŠAVŠ, tvoří přes 89 % všech respondentů. Pouze desetina respondentů studuje magisterské studium. Strukturu uvedenou v tabulce 5 bylo možné předpokládat již z výsledku věkového rozložení respondentů (v závislosti na školském systému ČR).

Tab. 5 Struktura respondentů dle stupně studia

Stupeň studia	Absolutní počet	Relativní počet
Bakalářské studium	203	89,43 %
Magisterské studium	24	10,57 %

V tabulce 6 je uvedena struktura odpovědí respondentů na otázku týkající se jejich povolání. Jednalo se o polouzavřenou otázku s účelem zjistit, kolik ze studentů (respondentů) při svém studiu navíc pracuje, případně kolik z nich navíc vykonává povolání teoreticky související s automobilovým průmyslem. V každém případě byla díky společné vlastnosti, a to studiu na ŠAVŠ, dodržena spojitost mezi respondenty a automobilovým průmyslem.

Tab. 6 Struktura respondentů dle jejich povolání

Hlavní činnost	Absolutní počet	Relativní počet
Pouze studují	100	44,05 %
Studují i pracují	127	55,95 %

Ve více než 44 % případů respondenti pouze studují. Nadpoloviční většina z nich však ke studiu navíc pracuje. Vzhledem k orientaci otázky na aktuální stav studium

– práce však nelze tvrdit, že by „pouze studující“ byli prosti jakékoliv dřívější pracovní zkušenosti.

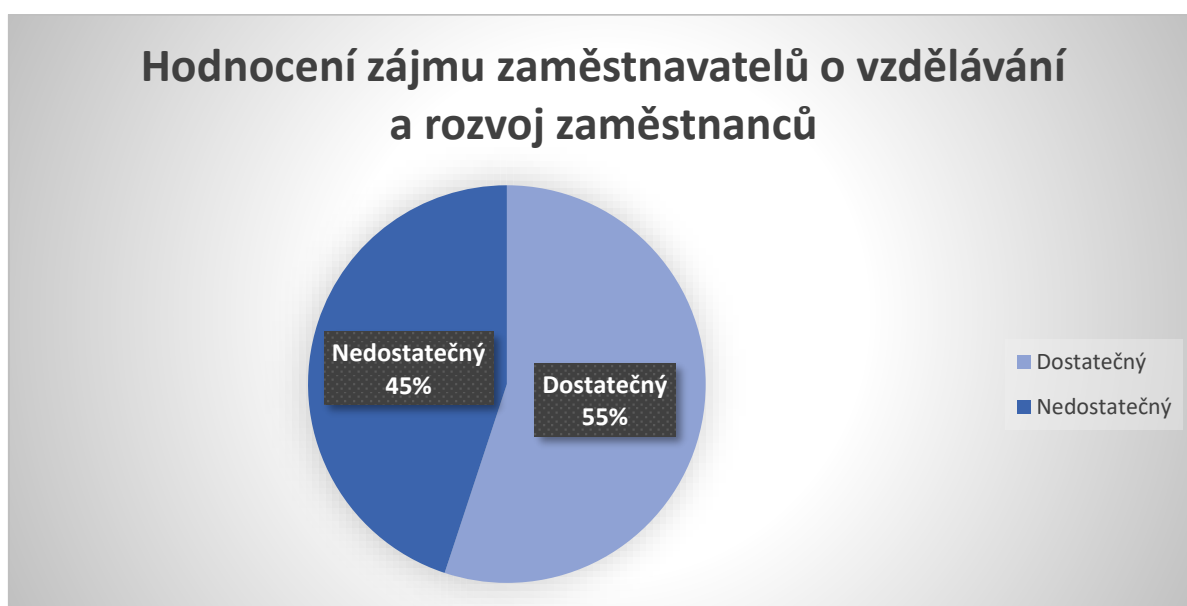
2.3 Výsledky dotazníkového šetření

První otázka navazující na úvodní otázky identifikační, byla zaměřena na průzkum subjektivního názoru respondentů na to, zda se zaměstnavatelé aktuálně skutečně zabývají vzděláváním a rozvojem dostatečným způsobem: „*Zabývají se podle Vás firmy dostatečně vzděláváním a rozvojem svých zaměstnanců?*“.

Z vyjádření odpovědí pomocí grafu na obrázku číslo 5 je patrné, že názor respondentů je v tomto ohledu rozporuplný, neboť téměř polovina z nich stále považuje míru zájmu zaměstnavatelů za nedostatečnou.

Přesto *byl potvrzen původní 1. předpoklad* (alespoň) více než 50% spokojenosti respondentů se současným přístupem zaměstnavatelů ke vzdělávání a rozvoji zaměstnanců.

Ačkoliv by bylo možné uvažovat, že v případě, kdy zaměstnavatel vzdělávání a rozvoji svých zaměstnanců nepřikládá velkou váhu, nebude pravděpodobně implementovat ani nové formy vzdělávání, zhruba polovina respondentů, kteří volili právě tuto odpověď zároveň dále v dotazníku uvedla dřívější zkušenost se studiem online kurzu v rámci zaměstnání.



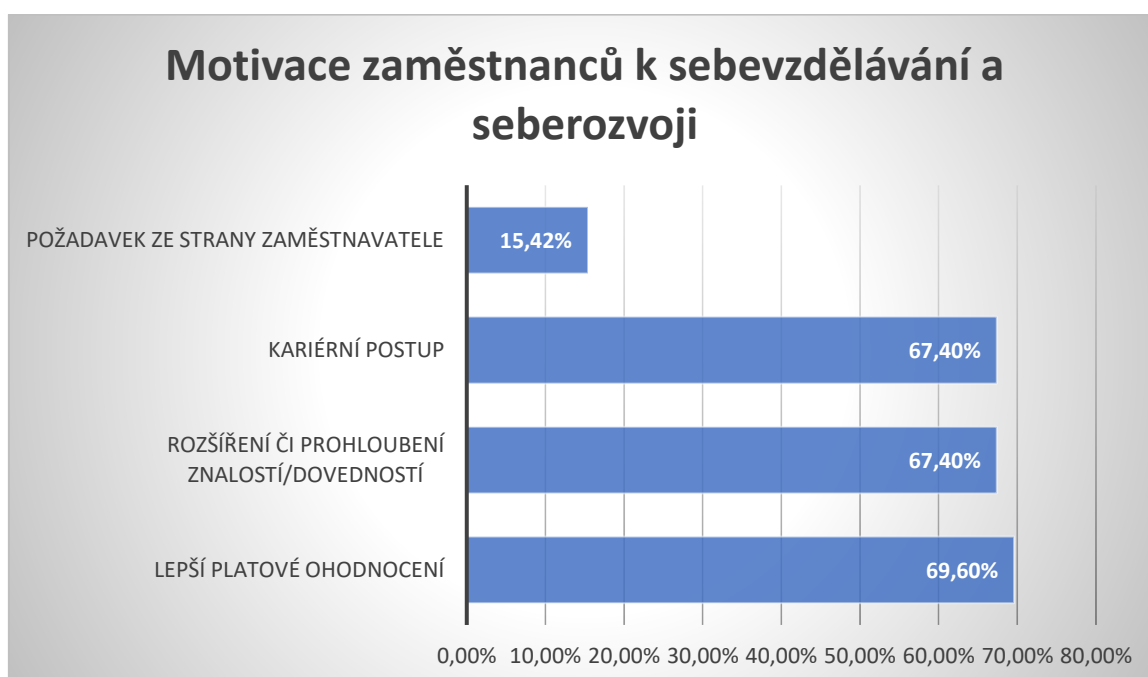
Obr. 5 Zájem zaměstnavatelů o vzdělání a rozvoj zaměstnanců

Odovědi na další otázku odráží, které faktory jsou pro respondenty nejvíce motivačními: „Co Vás motivuje ke vzdělávání se a seberozvoji?“. Bylo nutné zvolit alespoň jednu odpověď či navíc dopsat vlastní.

Mezi nejčastěji označené odpovědi patřily:

- Vyhliídka na lepší platové ohodnocení,
- Rozšíření či prohloubení znalostí/dovedností,
- Kariérní postup.

Z nich všechny byly označeny více než 150 respondenty z celkového počtu 227. Kompletní přehled je znázorněn na obrázku č. 6.



Obr. 6 Motivace zaměstnanců k sebevzdělávání a seberozvoji

Kromě těchto standardizovaných, se objevily tyto vlastní odpovědi, z nichž se žádná neopakovala: *vlastní uspokojení, další/nové možnosti v rámci práce, vášeň, všeobecný rozhled.*

Nelze tvrdit, že by mezi motivačními faktory významně převládala vnitřní motivace nad vnější a naopak, neboť některé z faktorů oba způsoby různou měrou kombinují.

V dotazníku následovala filtrační otázka: „Setkal/a jste se již v práci se vzděláváním online?“. Ta byla pro některé respondenty zároveň otázkou poslední, a to v případě, že zvolili odpověď „Ne“, jelikož v tom případě nejsou další otázky relevantní.

Z obrázku č. 7 je možné usoudit, že zkušenost s online vzděláváním (online kurzem) má pouze o málo více než polovina respondentů.

Druhý z předpokladů je tímto vyvrácen – ani nastupující generace lidí produktivního věku, které mají předpoklad využívat bez překážek tuto moderní formu vzdělávání, se s ní v rámci své práce nemají zkušenost v předpokládané míře.

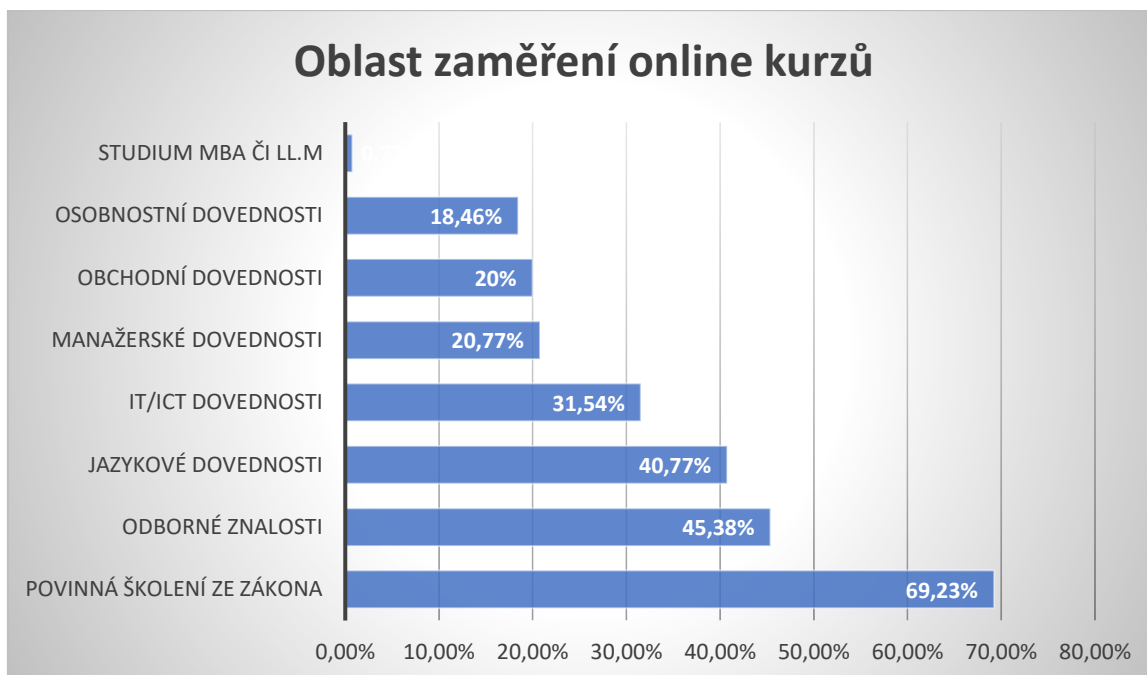


Obr. 7 Zkušenost respondentů s online vzděláváním v práci

Obrázek č. 8 ilustruje oblasti, na které byly absolvované kurzy zaměřeny nejčastěji. Rozdělení oblastí vzdělávání je vlastní, jednotlivé kategorie a jejich počet odpovídá vymezení uvedenému v teoretické části práce. Respondenti museli zvolit nejméně jednu odpověď, jelikož existuje možnost, že online kurzů absolvovali hned několik.

Nejčastěji využívanými kurzy byly ty, které jsou orientovány na školení povinná ze zákona, s těmi má předchozí zkušenost téměř 70 % respondentů. V hojném množství se respondenti účastnili také kurzů zaměřených na odborné znalosti (45,38 %), jazykové (40,77 %) a IT/ICT (31,54 %) dovednosti. Pouze jediný z účastníků výzkumu studoval v online formě MBA či LL.M.

Z toho je možné usuzovat, že firmy pravděpodobně v největší míře využívají formu online kurzů v rámci realizace ze zákona povinných školení (bezpečnost a ochrana zdraví při práci aj.). Ty navíc mohou být ve větší míře standardizované a při předpokladu nemění se legislativy nemusí být často upravovány a aktualizovány, čímž firmě (či kurzy poskytující agentuře) v tomto nevznikají přílišné dodatečné náklady.



Obr. 8 Oblast zaměření online kurzů

Přestože odpověď „požadavek zaměstnavatele“ byla jakožto motivační faktor v předešlé otázce (obrázek č. 6) zvolena jen v necelých 16 % případů, z odpovědi na otázku: „*Byla Vaše účast na online vzdělávacím kurzu povinná nebo nepovinná?*“ jednoznačně vyplývá, že ve větší míře se respondenti kurzů účastnili povinně (73,64 %). Odpovědi respondentů jsou znázorněny pomocí grafu na obrázku č. 9.

Je však třeba brát na zřetel, že respondenti, kteří se účastnili více než jednoho kurzu, mohli tyto absolvovat v některých případech povinně a některé kurzy si naopak dobrovolně vybrali.



Obr. 9 Účast respondentů na online kurzech

Prostřednictvím 10. otázky bylo zjišťováno, zda byly tyto online vzdělávací kurzy v ryze online distanční formě či se jednalo o formu kombinovanou, tzv. blended learning. Díky této kombinované formě je totiž možné eliminovat některé negativní aspekty online vzdělávání.

Na obrázku č. 10 je možné si všimnout, že v absolutní převaze se jednalo o čistě online kurzy, zkušenost s kurzy do určité míry kombinovanými má 18 % respondentů.



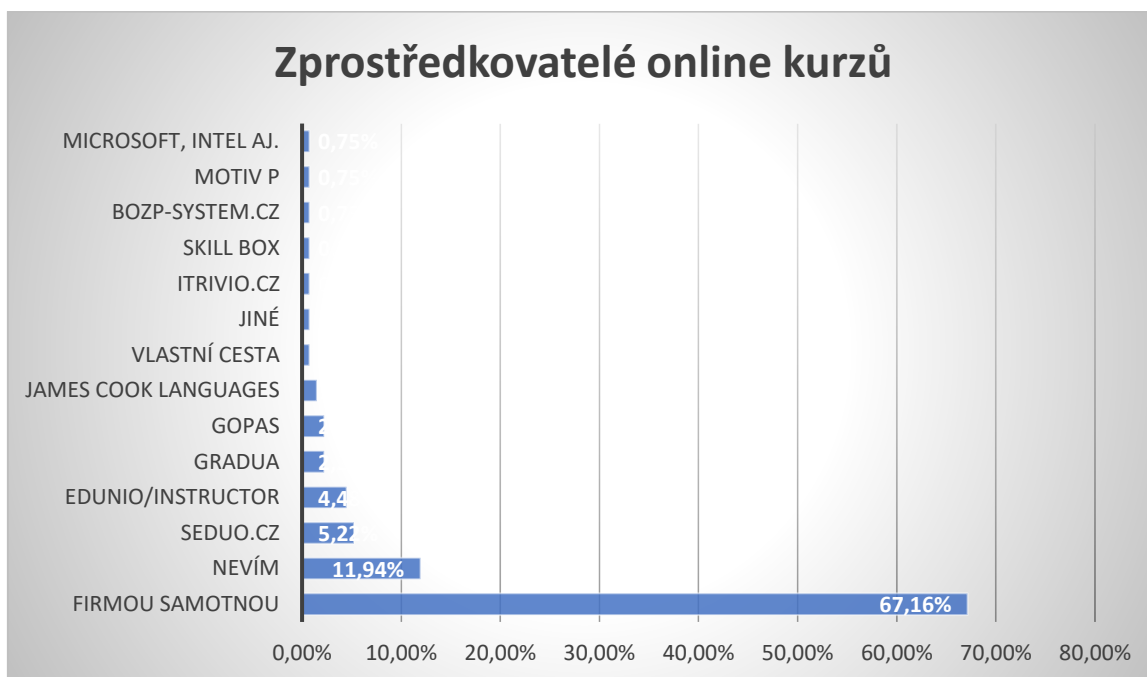
Obr. 10 Varianta online kurzů

Odpovědi na otázku číslo 11. jsou pro výzkum velmi významné. Díky získaným datům bude možné dále provést samotnou analýzu týkající se zmapování, porovnání a vyhodnocení současné nabídky vhodných online kurzů jednotlivých agentur.

Otázka byla koncipována jako polouzavřená s nutností volby minimálně jedné odpovědi a možností doplnit odpověď vlastní. Jakožto standardizované odpovědi byly zvoleny některé největší české agentury nabízející kurzy pro online vzdělávání a rozvoj zaměstnanců. Jejich kompletní seznam však není dostupný, nebyl nikdy sestaven, a proto byla respondentům ponechána možnost uvést jméno jiného zprostředkovatele.

Graf na obrázku č. 11 jednoznačně ukazuje, že nejčastěji online kurzy pro své zaměstnance vytváří a zajišťuje sama firma. Téměř 12 % respondentů si není jisto či si nepamatuje, kým byl online kurz zajištěn. Ostatní odpovědi zahrnují jednu a více konkrétních vzdělávacích agentur (či jiných organizací, které se vzděláváním

nezabývají primárně). Zaznamenána byla také nerelevantní odpověď jednoho z respondentů.



Obr. 11 Zprostředkovatelé online kurzů

Cílem navazující otázky bylo zjistit, zda po své zkušenosti respondenti považují volbu online formy vzdělávání za vhodně zvolenou ve vztahu k tématu (okruhu) vzdělávací aktivity (vzdělávacích aktivit) a do jaké míry jim zvolená forma přišla vyhovující či nevhovující. To hodnotili pomocí vytvořené škály číslem od jedné do pěti: *1 – vyhovující, 5 – nevhovující*.

Vypočítaná průměrná hodnota se pohybuje kolem čísla 2, tedy je možné usuzovat, že skupina respondentů, jakožto celek, hodnotí toto spojení jako vhodně zvolené, nicméně má určité výhrady. Hodnota směrodatné odchylky vypočítaná pomocí hodnoty rozptylu uvedeného v tabulce č. 7, je po zaokrouhlení na dvě desetinná čísla 0,97, což by mohlo svědčit o tom, že odpovědi respondentů se od sebe příliš nelišily – průměrně odpovídala hodnocení jedna až tři.

Tab. 6 Forma vzdělávání – oblast vzdělávání

Hodnocení	Škála	Průměr	Rozptyl
Vyhovující vs. nevhovující	1-2-3-4-5	2,049	0,932

Pomocí další škály, opět tvořené čísly 1 až 5, měli respondenti zhodnotit využitelnost takto získaných informací v praxi: 1 – *přínosné*, 5 – *nevyužitelné*.

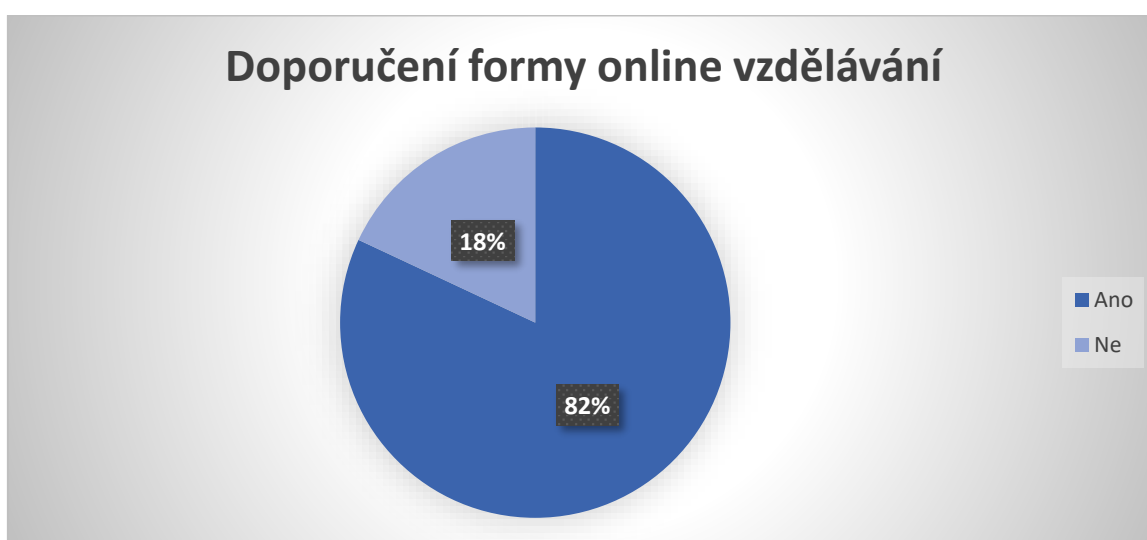
Průměrným výsledkem je známka pohybující se kolem hodnoty 2,5, neznámá to však, že by všichni respondenti hodnotili spíše kladně. Směrodatná odchylka je po zaokrouhlení 0,98. Tato průměrná odchylka od průměru tedy může znamenat jak hodnocení známkou blízkou 1, tak i známkou 5. V tomto případě by tedy bylo pravděpodobně vhodnější hodnotit další parametry, například nejčastěji se vyskytující hodnotu apod. Je však možné očekávat vazbu odpovědi na škálové otázky s otázkou následující.

Tab. 7 Přínos získaných vědomostí – praxe

Hodnocení	Škála	Průměr	Rozptyl
Přínosné vs. nevyužitelné	1-2-3-4-5	2,434	0,967

Pokud by respondenti na těchto dvou škálách udíleli negativní hodnocení (4 nebo 5), existuje spíše malá pravděpodobnost, že by online kurzy doporučili ostatním.

Přes 80 % z nich však na otázku: „Doporučil/a byste formu online vzdělávání ostatním?“ odpovědělo „Ano“. Relativní četnost odpovědí je znázorněna pomocí grafu na obrázku 12.



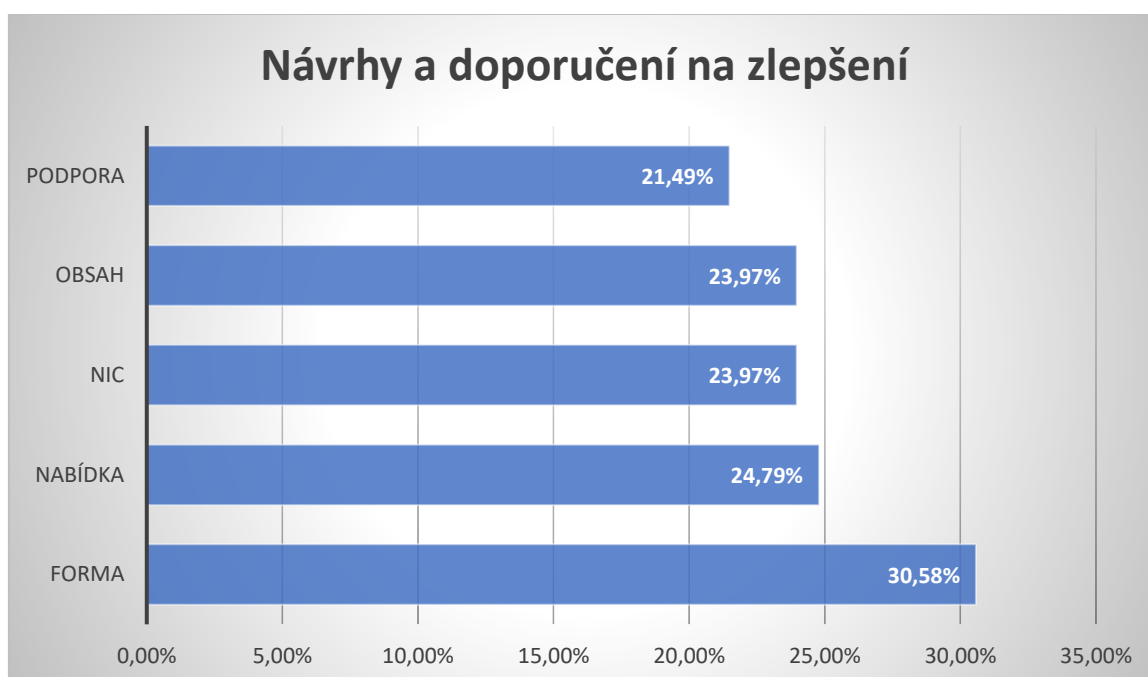
Obr. 12 Doporučení ostatním

Dotazník byl zakončen doporučeními respondentů pro zprostředkovatele/organizátory/tvůrce těchto online vzdělávacích kurzů tak. Aby byla zvýšena jejich oblíbenost mezi jejich účastníky, absolventy i zájemci.

Nejčastější odpovědi jsou graficky ztvárněny na obrázku č. 13. Respondenti museli zvolit alespoň jednu odpověď, případně připsat vlastní návrh(y) na zlepšení.

Na otázku: „Existuje něco, co byste zprostředkovatelům online vzdělávacích kurzů doporučil/a zlepšit?“ byly uvedeny i některé vlastní odpovědi jednotlivců:

- *Jasnost a výstižnost,*
- *Efektivita běžných vzdělávacích kurzů je dle mého názoru vyšší,*
- *Nevím,*
- *Možnost přeskakovat videa,*
- *Interaktivitu,*
- *Konečné testování by mělo být náročnější.*



Obr. 13 Návrhy a doporučení na zlepšení

2.4 Popis vzdělávacích agentur

Odpovědi respondentů na otázku č. 11 představují základ pro analýzu vedoucí k naplnění hlavního cíle této práce. V tabulce 7 jsou uvedeni ti zprostředkovatelé,

kteří byli respondenty uvedeni nejčastěji. Právě těmito firmami byly zajištěny respondenty absolvované online vzdělávací kurzy.

Tab. 8 Zprostředkovatelé online kurzů

Zprostředkovatel online vzdělávání	Absolutní počet
Seduo	7
EDUNIO/INSTRUCTOR	6
Gradua	3
GOPAS	3
James Cook Languages	2
Itrivio	1
Skillbox	1
bozp-system.cz	1
Motiv P	1
Microsoft, Intel aj.	1

Aby byla zajištěna určitá srovnatelnost organizací mezi sebou, bylo nezbytné některé z nich vyřadit. Jedná se o GOPAS – specifické zaměření, James Cook Languages – zabývající se pouze výukou jazyků, Itrivio – LMS systém, spíše pro tvorbu vlastních kurzů, Skillbox – ruské online kurzy, bozp-system.cz – specifické zaměření, Microsoft, Intel aj. – není vzdělávací organizací.

V tabulce 8 jsou tedy 4 takto vyfiltrované organizace spolu s počtem responsí.

Tab. 9 Vybraní zprostředkovatelé online kurzů

Zprostředkovatel online vzdělávání	Absolutní počet
Seduo	7
EDUNIO/INSTRUCTOR	6
Gradua	3
Motiv P	1

Tyto budou postupně představeny a popsány. Následně budou na základě vybraných kritérií komparovány.

2.4.1 Seduo

Jak bylo po vyhodnocení odpovědí respondentů zjištěno, nejčastěji měli v rámci firemního online vzdělávání zkušenost se vzdělávacím portálem Seduo

(www.seduo.cz), které je jedním z projektů předního tuzemského zprostředkovatele pracovní inzerce LMC s.r.o. Tento projekt vznikl v roce 2015.

Seduo se na svých webových stránkách prezentuje jakožto největší český online vzdělávací portál. Všechny dostupné kurzy jsou složeny z jednotlivých *edukativních videí*, z nich každé jedno video reprezentuje nějaké téma.

Na svém kontě má seduo dle dostupných údajů přes 300 000 spokojených studentů (tento údaj zahrnuje studenty účastnící se videokurzů v rámci firemního vzdělávání, tak i „samouky“). Ti se mohou vybrat z více než dvou set (zdarma dostupných i zpoplatněných) odborných a soft skills videokurzů, které jsou vedeny více než padesáti specialisty z daných oborů.

Kategorie kurzů:

- Byznys,
- Design,
- Jazyky,
- Marketing,
- Nástroje a kancelářský software,
- Osobní rozvoj.

Kurzy jsou dostupné pro širokou veřejnost (MOOC), ale i pro firmy. Zaměstnanci firem si pak mohou sami vybrat, v jakých oblastech by se chtěli vzdělávat. 1 zakoupená licence = přístup jednoho zaměstnance ke kurzům na Seduo.

2.4.2 Edunio/Instructor

V počtu uvedení respondenty dotazníkového šetření jsou online kurzy poskytované společností PREVENT s.r.o. na druhém místě. Na svých stránkách se prezentuje jakožto česká jednička, jelikož jejími zákazníky se stalo více než 3 500 organizací.

Školící systém INSTRUCTOR vznikl v roce 2002 a je zaměřen na školení zaměstnanců povinná ze zákona (BOZP, PO). Na svých stránkách se prezentuje jakožto česká jednička, jelikož jejími zákazníky se již stalo více než 3 500 organizací.

System EDUNIO vznikl později, v roce 2015. Poskytuje online řešení pro vzdělávání a informování zaměstnanců.

Nabízené e-kurzy jsou z oblastí:

- Ze zákona povinná (BOZP, PO),
- Prevence,
- Osobní rozvoj.

Jednotlivé kurzy je možné si částečně přizpůsobit či předložit firmě poptávku na výrobu e-kurzu na míru.

2.4.3 Gradua

Online vzdělávací kurzy jsou spíše okrajovou činností této tradiční organizace (fungující od roku 1997), zaměřuje se primárně na klasickou výuku. Z online vzdělávání bývají dostupné virtuální třídy a e-learning, z nichž však není aktuálně spuštěn ani jeden kurz.

Obecně nabízí kurzy z těchto oblastí:

- Management,
- Logistika,
- Nákup,
- Marketing,
- Finance,
- Profesní kurzy a další.

Poskytuje však také zakázkové kurzy a školení na míru, kdy je možné si vybrat z prezenční, kombinované nebo distanční formy studia.

2.4.4 Motiv P

Agentura Motiv P má za sebou od svého vzniku v roce 1996, poměrně dlouhou historii. V jejím čele stojí respektovaný odborník (psycholog a řečník) a majitel společnosti, František Hroník.

Nabízí online vzdělávací kurzy z oblasti:

- Obchodních dovedností,
- Práva a legislativy,
- Komunikačních dovedností,
- Jazyků,
- Personalistiky aj.

Jejich prostřednictvím se mohou vzdělávat jak jednotlivci, tak zaměstnanci firem. Firmy mohou využít takzvané online akademie či jednotlivých virtuálních kurzů, případně videopřednášek.

2.5 Srovnání vzdělávacích agentur

Předmět srovnávání – tedy v tomto případě online vzdělávací agentury s některými společnými základními znaky, byly vymezeny a popsány v předchozí kapitole. Aby bylo možné srovnávací metodu realizovat, je dále nezbytné vymežit srovnávané vlastnosti a posoudit jejich komparabilitu.

2.5.1 Vymezení srovnávaných vlastností

Nabídka služby vzdělávání zaměstnanců je v mnohých případech neveřejná a může se v závislosti na jednotlivých klientech a jejich potřebách velmi lišit. Vlastnosti, které budou mezi sebou následně komparovány, byly proto stanoveny pouze na základě veřejně dostupných informací o jednotlivých organizacích poskytujících nabídku online vzdělávání a rozvoje zaměstnanců.

Patří mezi ně tyto skupiny vlastností:

1. Kdo může službu využívat,
2. Oblasti online vzdělávání (dle předem stanovených kategorií v teoretické části)
3. Typy online kurzů,
4. Počet aktuálně dostupných online kurzů,
5. Udělení certifikátu absolventům,

Zařazeny budou pouze skutečnosti přímo související s odvětvím online vzdělávání. Pro co nejlepší přehlednost budou data řazena do jednotlivých tabulek.

2.5.2 Komparace vzdělávacích agentur

Nejprve bude porovnána dostupnost online kurzů agenturami nabízených. Všechny jmenované agentury poskytují své služby firmám, ovšem jen Seduo a Motiv P umožňuje přístup ke vzdělávacím kurzům také veřejnosti, tedy fyzickým osobám, viz tabulka 10. Tímto směrem tedy bude zaměřena i marketingová komunikace jednotlivých organizací. Jelikož v případě Seduo a Motiv P půjde kromě Business to business marketingu také o marketing Business to consumer, je možné předpokládat, že tyto dvě agentury budou v povědomí veřejnosti převládat.

Tab. 10 Dostupnost online kurzů

	Jednotlivci	Firmy
Seduo	Ano	Ano
EDUNIO/INSTRUCTOR	Ne	Ano
Gradua	Ne	Ano
Motiv P	Ano	Ano

Ani jedna z agentur neposkytuje studium MBA či LL.M, stejně tak školení odborných znalostí, proto budou tyto kategorie vynechány. Nabídka online vzdělávání agentury Gradua v tuto chvíli není veřejně dostupná, v případě zadání poptávky je však schopna vytvořit kurzy z různých oblastí. Jakých konkrétně, to momentálně není možné určit.

Jak je možné si povšimnout z údajů v tabulce 11, Seduo umožňuje vzdělávat se v širokém spektru oblastí, a to hned v pěti oblastech z těchto šesti, avšak nepokrývá tu firmami často žádanou, a to online kurzy zamerané na povinná školení ze zákona. EDUNIO i INSTRUCTOR se specializují přímo na povinná školení ze zákona a některé další kurzy spadající do kategorie manažerských dovedností. Motiv P zprostředkovává kurzy zaměřené téměř na všechny níže uvedené oblasti, až na IT/ICT dovednosti.

Tab. 11 Oblasti zaměření

	Seduo	EDUNIO/INSTR UCTOR	Gradua	Motiv P
--	-------	-----------------------	--------	---------

Povinná školení ze zákona	Ne	Ano	Není známo	Ano
IT/ICT dovednosti	Ano	Ne	Není známo	Ne
Jazykové dovednosti	Ano	Ne	Není známo	Ano
Osobnostní dovednosti	Ano	Ne	Není známo	Ano
Manažerské dovednosti	Ano	Ano	Není známo	Ano
Obchodní dovednosti	Ano	Ne	Není známo	Ano

Tyto online kurzy mohou být realizovány několika způsoby:

- Seduo – videokurzy,
- EDUNIO/INSTRUCTOR – interaktivní prezentace (PPT learning), blended learning,
- Gradua – e-learning (blíže není známo), virtuální třídy,
- Motiv P – kombinace videokurzu a prezentace, kombinace e-learningu a prezenčního školení, (videa z konferencí).

Zároveň je možné si vybírat z tohoto množství takovýchto kurzů:⁴

- Seduo – 235,
- EDUNIO/INSTRUCTOR – 20,
- Gradua – 0,
- Motiv P – 98.

Absolventi těchto kurzů obdrží na důkaz splnění všech podmínek kurzu certifikát od všech zmíněných firem.

⁴ Nabídka analyzována v prosinci 2019, čísla jsou orientační

2.6 Shrnutí výsledků výzkumu

Prostřednictvím dotazníkového šetření se podařilo získat potřebná data od potenciálních zaměstnanců automobilového průmyslu. Data byla dále analyzována a na základě toho byly také potvrzeny či vyvráceny určité předpoklady.

Přestože byl první z předpokladů naplněn, a tedy se potvrdilo, že více než polovina těchto potenciálních zaměstnanců považuje zájem zaměstnavatelů o vzdělávání a rozvoj svých zaměstnanců za dostatečný, je překvapivé, že je o tom přesvědčena pouze polovina z nich. Vzhledem k tomu, že se jedná o velmi významný faktor zohledňovaný při výběru zaměstnání a navíc takto může být přímo zvyšován potenciál a konkurenceschopnost firmy, je na čase, aby o vzdělávání a rozvoj svých zaměstnanců začaly firmy více dbát. Pokud se jedná o motivaci na straně druhé, tyto na pracovní trh nastupující generace se chtějí vzdělávat, aby se mohly kariérně rozvíjet a zároveň tak byly lépe platově ohodnoceny. Ovlivňují je však nejen vnější faktory, jednoduše by rádi prohloubily své znalosti a dovednosti.

Navzdory tomu, že jsou generace X a Y zvyklé s moderními technologiemi pracovat denně, zkušenost se vzděláváním online jich má poměrně málo, jen něco přes polovinu z nich z čehož je možné usuzovat, že zaměstnavatelé v rámci ČR této formy vzdělávání moc nevyužívá. Pokud ano, nejčastěji jsou obsahem takových kurzů školení povinná ze zákona (BOZP, PO), případně potom školení odborných znalostí či jazykových dovedností a kurzy pak probíhají spíše čistě online. Nejčastější zaměření kurzů navíc potvrzuje zjištění, že účast na nich byla ve většině případů povinná.

Online vzdělávací aktivity bývají povětšinou realizovány firmou samotnou a vzdělávací agentury v tomto ohledu aktuálně hrají roli spíše podružnou. Někteří potenciální zaměstnanci automobilového průmyslu se v minulosti účastnili kurzů společností Seduo, EDUNIO/INSTRUCTOR, Gradua, Motiv P nebo například James Cook Languages.

Ke kurzům od Seduo a Motiv P má přístup i veřejnost, tedy jednotlivci, kdežto EDUNIO/INSTRUCTOR a Gradua nabízí své produkty pouze firmám. Gradua aktuálně kurzy ve formě e-learningu ani virtuálních tříd nenabízí ani těm.

Společnost EDUNIO/INSTRUCTOR je, co se týká obsahu svých interaktivních prezentací a blended learningu, úzce zaměřená pouze na školení ze zákona

povinná, k tomu nabízí některé kurzy manažerských dovedností. Seduo i Motiv P oproti tomu nabízí širokou paletu nejrůznějších online kurzů zahrnujících většinu myslitelných oblastí, navíc v rámci Seduo je možné studovat některý z 235 kurzů. Co se však týká samotného typu online kurzů, jsou tyto společnosti spíše konzervativní a novým trendům výrazně nepodléhají.

S kompatibilitou obsahu a formy studia byli potenciální zaměstnanci spíše spokojeni, co se týká přínosu takto získaných vědomostí, tak jednoznačně to nevidí. Přesto by drtivá většina z nich formu online vzdělávání ostatním doporučila.

Aby byla zkušenost studentů online kurzů v budoucnu ještě lepší, bylo by dobré zapracovat především na jejich formě a dát si tak více záležet na detailech.

Závěr

Primárním cílem této práce bylo zmapování nabídky online vzdělávacích kurzů nabízených zdejšími vzdělávacími agenturami. Jednalo se konkrétně o ty kurzy, které by mohly být využitelné v rámci vzdělávání a rozvoje (potenciálních) zaměstnanců automobilového průmyslu. Výsledky výzkumného šetření však vedly i k závěrům, díky kterým bylo možné do jisté míry posoudit, jak tuto novou formu vzdělávání a rozvoje právě potenciální zaměstnanci automobilového průmyslu vnímají.

Nejdříve však bylo třeba vyhledat a nastudovat informace o dané problematice. Ty byly obsahem první části práce, ve které byly shrnuty některé pojmy a poznatky z oblasti vzdělávání a rozvoje zaměstnanců se zaměřením na jeho elektronickou, online formu. Samotný výzkum byl zařazen do druhé kapitoly bakalářské práce. V té byl nejprve představen jeho hlavní cíl a kromě něj byly stanoveny i dva předpoklady vycházející právě z teoretického základu. Poté byla popsána metodika výzkumu.

Formou dotazníkového šetření byla sesbírána data od respondentů, v tomto případě studentů ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s., jakožto potenciálních zaměstnanců automobilového průmyslu.

Díky velikosti výzkumného vzorku lze tvrdit, že výsledky výzkumného šetření mají dostatečnou vypovídací hodnotu. Jejich analýzou bylo zjištěno, že by se zaměstnavatelé měli začít více zajímat o vzdělávání a rozvoj svých zaměstnanců, protože dle názoru respondentů existují v tomto ohledu značné rezervy. Firmy i vzdělávací agentury by se navíc měly přestat obávat přijetí nových forem vzdělávání a rozvoje zaměstnanců. Nastupující generace si s technologiemi rozumí, proto je škoda, že zkušenost s online kurzy má jen zhruba polovina z nich. Ti, kteří se takových kurzů zúčastnili, si ve většině případech odnesli pozitivní zkušenost a účast by doporučili i ostatním. Z toho je možné usoudit, že potenciální zaměstnanci automobilového průmyslu jsou ochotni a připraveni se vzdělávat a sebezvíjet se prostřednictvím online kurzů, avšak firmy, agentury a další zprostředkovatelé těchto kurzů novou formu prozatím zcela nepřijali. Ostatně, bariéry, které tomuto brání, by mohly být dalším výzkumným tématem navazujícím na tuto práci. Na českém trhu se přesto všechno už nyní nachází některé organizace, které umožňují online studium zaměřené na mnoho oblastí.

Seznam literatury

ARMSTRONG, M. *Řízení lidských zdrojů – Nejnovější trendy a postupy*. 10. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.

ARMSTRONG, M., TAYLOR, S. *Řízení lidských zdrojů – Moderní pojetí a postupy*. 13. vyd. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5258-7.

BAREŠOVÁ, A. *E-learning ve vzdělávání dospělých*. 1. vyd. Praha: 1. VOX a.s., 2011. ISBN 978-80-87480-00-7.

BARTLOVÁ, P., et al. *BADED – barriers in adult education: findings and strategies for overcoming those barrier: Ikaalinen - Prague - Vienna, 2008*. Praha: National Training Fund, 2008. ISBN 978-80-86728-41-4.

BENEŠ, M. *Andragogika*. 2. vyd. Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-4824-5.

BONK, C. J., GRAHAM, C. R. *The handbook of blended learning*. San Francisco, CA: Pfeiffer, 2006. ISBN 978-0-7879-7758-0.

BUZZETTO-MORE, N. A. *Advanced principles of Effective e-Learning*. Santa Rosa, CA: Informing Science Press, 2007. ISBN 978-1932886-02-8.

CASEY, Brian. *13 Corporate eLearning Trends For 2018* [online]. 2 March 2018 [cit. 2019-09-22]. Dostupné z: <https://elearningindustry.com/13-corporate-elearning-trends-for-2018>

DVOŘÁKOVÁ, Z. a kol. *Management lidských zdrojů*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-893-4.

FOITOVÁ, M. „Generace Y“: *Sondy do života první české porevoluční generace*. UK, FHS, Katedra historické vědy. Diplomová práce. Praha, 2017.

HAVLÍČKOVÁ, D., ŽÁRSKÁ, K. *Kompetence v neformálním vzdělávání*. 1. vyd. Comunica, a. s., 2012. ISBN 978-80-87449-18-9.

HRONÍK, F. *Rozvoj a vzdělávání pracovníků*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 233 s. ISBN 978-80-247-1457-8.

KUTARŇOVÁ, J. "Chybí mi peníze a čas." *Jak ve firmě odstranit bariéry ve vzdělávání?* [online]. 3. prosince 2018 [cit. 2019-09-25]. Dostupné z:

<https://www.lmc.eu/cs/magazin/clanky/chybi-mi-penize-a-cas-jak-ve-firme-odstranit-nejcastejsi-bariery-vzdelavani/>

LMC s.r.o. Průzkum: každý pátý změni práci kvůli lepšímu vzdělávání [online]. 11. března 2019 [cit. 2019-09-23]. Dostupné z: <https://www.lmc.eu/cs/magazin/clanky/pruzkum-kazdy-paty-zmeni-praci-kvuli-lepsimu-vzdelavani/>

PALÁN, Z. *Lidské zdroje*. Praha: Academia, 2002. ISBN 80-200-0950-7.

PERRING, D. 10 key trends in Digital Learning for 2019 and beyond - what you need to know! [online]. 2019 [cit. 2019-09-22]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/10-key-trends-digital-learning-over-2019-beyond-david-perring-flpi>

PLAMÍNEK, J. *Tajemství motivace – Jak zařídit, aby pro vás lidé rádi pracovali*. Praha: Grada Publishing, 2015. 160 s. ISBN 978-80-247-5515-1.

PLAMÍNEK, J. *Vzdělávání dospělých – Průvodce pro lektory, účastníky a zadavatele*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3235-0.

Portál MPSV: Ministerstvo práce a sociálních věcí [online]. [cit. 2019-09-17]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/>

SENGE, P M. *Pátá disciplína.: Teorie a praxe učící se organizace*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-162-1.

SKILBECK, R. Top 11 learning trends for 2019 [online]. 1 February 2019 [cit. 2019-09-23]. Dostupné z: <https://www.pageuppeople.com/resource/top-11-learning-trends-for-2019/>

SURESH, D. N. 8 Top eLearning Trends For 2019 [online]. 16 October 2018 [cit. 2019-09-22]. Dostupné z: <https://elearningindustry.com/elearning-trends-for-2019-8-top>

ŠIKÝŘ, M. *Personalistika pro manažery a personalisty*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4151-2.

VODÁK, J. – KUCHARČÍKOVÁ, A. *Efektivní vzdělávání zaměstnanců*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3651-8.

ZOUNEK, J. – SUDICKÝ, P. *E-learning učení (se) s online technologiemi*. 1. vyd.
Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012. ISBN 978-80-7357-903-6.

Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obr. 1 Přechod k systematickému přístupu ke vzdělávání	11
Obr. 2 Cyklus vzdělávání v organizaci	14
Obr. 3 Kirkpatrickův evaluační model	15
Obr. 4 Vzdělávání jako faktor výběru práce	16
Obr. 5 Zájem zaměstnavatelů o vzdělání a rozvoj zaměstnanců	30
Obr. 6 Motivace zaměstnanců k sebevzdělávání a seberozvoji	31
Obr. 7 Zkušenost respondentů s online vzděláváním v práci	32
Obr. 8 Oblast zaměření online kurzů	33
Obr. 9 Účast respondentů na online kurzech	33
Obr. 10 Varianta online kurzů	34
Obr. 11 Zprostředkovatelé online kurzů	35
Obr. 12 Doporučení ostatním	36
Obr. 13 Návrhy a doporučení na zlepšení	37

Seznam tabulek

Tab. 1 Vlastní rozdělení oblastí vzdělávání zaměstnanců	12
Tab. 2 Generace Y a Generace Z v ČR (2016)	19
Tab. 3 Struktura respondentů dle věku	28
Tab. 4 Struktura respondentů dle kraje jejich původu	28
Tab. 5 Struktura respondentů dle stupně studia	29
Tab. 6 Struktura respondentů dle jejich povolání	29
Tab. 6 Forma vzdělávání – oblast vzdělávání	35
Tab. 7 Přínos získaných vědomostí – praxe	36
Tab. 8 Zprostředkovatelé online kurzů	38

Tab. 9 Vybraní zprostředkovatelé online kurzů	38
Tab. 10 Dostupnost online kurzů.....	42
Tab. 11 Oblasti zaměření	42

Seznam příloh

Příloha 1 Dotazník – Online vzdělávání a rozvoj zaměstnanců.....	53
--	----

Příloha 1 Dotazník – Online vzdělávání a rozvoj zaměstnanců

Autor průzkumu: Veronika Mičková

Dobrý den, tímto bych Vás ráda požádala o vyplnění následujícího dotazníku.

Toto výzkumné šetření je součástí mé bakalářské práce, jejíž cílem je zmapovat a vyhodnotit současnou nabídku online vzdělávání a rozvoje (potenciálních) zaměstnanců v automobilovém průmyslu.

Věnujte mi, prosím, několik minut a odpovězte na následující otázky.

1. Jaký je Váš věk?

- Méně než 20 let
- 20–23 let
- 24–26 let
- 27–30 let
- Více než 30 let

2. Z jakého kraje pocházíte?

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Jihomoravský kraj
- Karlovarský kraj
- Kraj Vysočina
- Královehradecký kraj
- Liberecký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Olomoucký kraj
- Pardubický kraj
- Plzeňský kraj
- Ústecký kraj
- Zlínský kraj
- Jiný stát než ČR:

3. Jaký stupeň vysokoškolského studia momentálně studujete?

- Bakalářské studium
- Magisterské studium

4. Jaké je Vaše zaměstnání?

- Pouze studuji
- Pracuji jako:

5. Zabývají se podle Vás firmy dostatečně vzděláváním a rozvojem svých zaměstnanců?

- Ano
- Ne

6. Co Vás motivuje ke vzdělávání se a seberozvoji?

Zvolte alespoň jednu možnost.

- Požadavek ze strany zaměstnavatele
- Kariéerní postup
- Lepší platové ohodnocení
- Rozšíření či prohloubení znalostí/dovedností
- Jiné:

7. Setkal/a jste se již v práci se vzděláváním online?

- Ano
- Ne

(Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky [Ano → otázka č. 8, Ne → konec dotazníku]).

8. Na kterou z uvedených oblastí bylo online vzdělávání zacíleno?

Zvolte alespoň jednu možnost.

- IT/ICT dovednosti
- Obchodní dovednosti
- Povinná školení ze zákona

- Odborné znalosti
- Studium MBA či LL.M.
- Osobnostní dovednosti
- Manažerské dovednosti
- Jazykové dovednosti

9. Byla Vaše účast na online vzdělávacím kurzu povinná nebo nepovinná?

- Povinná
- Nepovinná

10. Probíhal tento kurz čistě online nebo se jednalo o variantu kombinovanou?

- Pouze online
- S podporou lektora/kouče/mentora apod.

11. Kým byly Vámi absolvované vzdělávací aktivity zajišťovány?

Zvolte alespoň jednu možnost.

- EDUNIO/INSTRUCTOR
- Seduo.cz
- Motiv P
- Eduardo.online
- GOPAS
- 1. VOX
- bfz-vzdělávací akademie
- digiskills.cz
- Gradua
- INTEGRA CENTRUM
- Firmou samotnou
- Jiné:

12. Jak byste zhodnotil/a vhodnost využití právě online formy vzdělávání s ohledem na téma vzdělávací aktivity?

Zvolte prosím na škále, ke kterému z výroků se více kloníte:

Vyhovující	1	2	3	4	5	Nevyhovující
------------	---	---	---	---	---	--------------

13. Jak byste zhodnotil/a využitelnost získaných vědomostí/dovedností v praxi?

Zvolte prosím na škále, ke kterému z výroků se více kloníte:

Přínosné	1	2	3	4	5	Nevyužitelné
----------	---	---	---	---	---	--------------

14. Doporučil/a byste formu online vzdělávání ostatním?

- Ano
- Ne

15. Existuje něco, co byste zprostředkovatelům online vzdělávacích kurzů doporučil/a zlepšit?

Zvolte alespoň jednu možnost.

- Nic
- Obsah
- Formu
- Podporu
- Nabídku
- Jiné:

ANOTAČNÍ ZÁZNAM

AUTOR	Veronika Míčková		
STUDIJNÍ PROGRAM/OBOR/SPECIALIZACE	6208R087 Podniková ekonomika a management obchodu		
NÁZEV PRÁCE	Online vzdělávání a rozvoj zaměstnanců		
VEDOUCÍ PRÁCE	Ing. Jana Pechová, Ph.D.		
KATEDRA	KRLZ – Katedra řízení lidských zdrojů	ROK ODEVZDÁNÍ	2019
POČET STRAN	52		
POČET OBRÁZKŮ	13		
POČET TABULEK	11		
POČET PŘÍLOH	1		
STRUČNÝ POPIS	<p>Tato bakalářská práce se zabývá online vzděláváním a rozvojem zaměstnanců. V první části práce jsou shrnuty a vysvětleny pojmy týkající se problematiky online vzdělávání a rozvoje zaměstnanců, a to se zaměřením na potenciální zaměstnance generací X a Y. Primárním cílem praktické části práce je zmapování nabídky online vzdělávání a rozvoje těchto potenciálních zaměstnanců automobilového průmyslu a její vyhodnocení.</p>		
KLÍČOVÁ SLOVA	<p>profesní rozvoj, firemní vzdělávání, online vzdělávání, online kurzy, vzdělávací agentury, trendy v HR, moderní technologie</p>		

ANNOTATION

AUTHOR	Veronika Míčková		
FIELD	6208R087 Business Administration and Sales		
THESIS TITLE	Online employee training and development		
SUPERVISOR	Ing. Jana Pechová, Ph.D.		
DEPARTMENT	KRLZ – Department of Human Resources Management	YEAR	2019
NUMBER OF PAGES	52		
NUMBER OF PICTURES	13		
NUMBER OF TABLES	11		
NUMBER OF APPENDICES	1		
SUMMARY	<p>This bachelor thesis is dealing with online education and employee development. The first part summarizes and explains the concepts related to online education and employee development while focusing on potential employees of the generations X and Y. The primary objective of the practical part is to map the offer of online education and development of potential employees of the automotive industry and evaluate it.</p>		
KEY WORDS	<p>professional development, corporate education, online education, online courses, educational agencies, HR trends, modern technologies</p>		