

Mladá veda

Young Science



Špeciálne vydanie

Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Apríl 2017 (číslo 1), špeciálne vydanie zostavené kolektívom autorov Vysokej školy technickej a ekonomickej v Českých Budějovicích

Ročník piaty

ISSN 1339-3189

Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk

Fotografia na obálke: STEFE SK 2015. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

doc. Ing. Peter Adamišin, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociálnej geografie a regionálneho rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)

doc. PaedDr. Peter Čuka, PhD. (Katedra cestovného ruchu, Slezská univerzita v Opavě)

prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)

prof. Ing. Róbert Štefko, Ph.D. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra verejnej ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

REDAKCIA

PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD. (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)

Mgr. Martin Hajduk (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

RNDr. Richard Nikischer, Ph.D. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha)

Mgr. Branislav A. Švorc, PhD., šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSS UKF, Nitra)

Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEĽ

Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.

www.universum-eu.sk

Javorinská 26, 080 01 Prešov

Slovenská republika

PODNIKOVÉ VZDĚLÁVÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE

CORPORATE EMPLOYEE TRAINING IN THE CZECH REPUBLIC

Zdeněk Caha¹

Zdeněk Caha působí jako ředitel Ústavu podnikové strategie a je odborný asistent na Katedře managementu na Vysoké škole technické a ekonomické v Českých Budějovicích v České republice. Ve svém výzkumu se věnuje problematice managementu, konkrétně problematice řízení lidských zdrojů, podnikovému vzdělávání a podnikatelské etice.

Zdeněk Caha works as a director of the Faculty of corporate strategy and is an assistant professor at the Department of Management at the University of Technology and Business in České Budějovice in the Czech Republic. His research is devoted to management, specifically human resource management, corporate education and business ethics.

Abstract

This contribution deals with the question to what extent companies feel the need to improve the language skills of their employees and whether they support this kind of education. The analysis is based on a sample set of 587 companies based in the Czech Republic. The companies were divided into four categories according to their size: micro companies (1-9 employees); small companies (10-49 employees); medium-sized companies (50-249 employees); and large companies (250 or more employees). Two hypotheses were put forward. The first one, that more than 50% of the companies feel the need to improve the language skills of their employees. The second one, that the majority of the companies which feel the need to improve the language skills also support language education. The research conducted set out to confirm or refute the hypotheses for each category of company separately. The first set hypothesis was only partially confirmed. The results of the research show that the majority of the large and medium-sized companies in the sample set feel the need to improve the language skills of their employees. In contrast, the majority of micro companies and small companies in the sample set do not feel the need to improve the language skills of their employees. The second set hypothesis was fully confirmed for all categories of companies. Most of companies which feel to need to improve languages skills of their employees also support this kind of education.

Key words: Corporate training, employee, foreign language, need, support, Czech Republic

¹ Adresa pracoviska: Mgr. Zdeněk Caha, MBA, Ph.D., The Institute of Technology and Business in České Budejovice, Okružní 517/10, 370 01 České Budějovice, ČR.
E-mail: caha@mail.vstecb.cz

Abstrakt

V příspěvku se zabýváme tím, do jaké míry pocítují podniky potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců a zda tento typ vzdělávání podporují. Analýza vychází ze vzorku 587 firem v České republice. Firmy jsme rozdělili podle velikosti na čtyři kategorie: mikrofirmy, (1- 9 zaměstnanců), malé firmy (10 - 49 zaměstnanců), středně velké firmy (50 - 249 zaměstnanců) a velké firmy (250 a více zaměstnanců). Stanovili jsme přitom dvě hypotézy. První hypotéza měla potvrdit, že více než 50% podniků pocítuje potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců. Druhá hypotéza měla verifikovat, zda většina podniků, které pocítují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců, zároveň jazykové vzdělávání podporuje. Obě hypotézy jsme ověřovali dle velikostí podniků zvlášť. První hypotéza byla potvrzena pouze částečně. Bylo sice zjištěno, že většina velkých a středně velkých firem pocítuje potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců, avšak u většiny mikrofirem a malých firem tomu tak není. Oproti tomu byla druhá hypotéza potvrzena zcela pro všechny kategorie firem. Ukázalo se totiž, že většina podniků, které pocítují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců, také tento typ vzdělávání podporuje.

Klíčová slova: podnikové vzdělávání, zaměstnanec, cizí jazyk, potřeba, podpora, Česká republika

Úvod

Podnikové vzdělávání představuje jednu z klíčových personálních činností, která z dlouhodobého hlediska podstatně ovlivňuje výkon podniku (Budinská, Markovič 2015, Straková et al. 2016). Podle Tureckiové (2006) má podnikové vzdělávání nejblíže „*k dalšímu profesnímu vzdělávání, v jehož rámci se podílí na prohlubování, doplňování či rozšiřování a nově také částečně změně pracovníků nejrůznějších profesí*“ (s. 373). Zároveň poukázala na přesahy podnikového vzdělávání do ostatních typů vzdělávání. V tomto kontextu zmiňuje právě jazykové vzdělávání, jehož pozici vidí na pomezí se zájmovým vzděláváním. Hroník (2007) dělí vzdělávání podle obsahu. Toto členění obsahuje rovněž jazykové vzdělávání. Jazykové vzdělávání a IT školení už autor na rozdíl od ostatních typů vzdělávání blíže nerozvádí, což sice svědčí o tom, že je to oblast, kterou do systému podnikového vzdělávání tento autor začleňuje, avšak není v odborných publikacích dostatečně rozpracována, ať už samotným autorem nebo autory jinými. O tom, že integrální součástí podnikového vzdělávání je v současné globalizované ekonomice kromě jiného i jazykové vzdělávání zaměstnanců firem je přesvědčen Caha (2016a,b), přičemž konstatuje, že podnikové jazykové vzdělávání má svá specifika a má-li být efektivní, je nutné, aby osoby zodpovědné za podnikové vzdělávání disponovali do jisté míry základními znalostmi lingvodidaktické terminologie. Podle Kuchaře (2009) vydávají velké společnosti za jazykové vzdělávání průměrně 10 % nákladů na vzdělávání, u menších podniků tento podíl stoupá až na 50 %.

Související výzkumy

Výzkumem podnikového jazykového vzdělávání a potřebností cizích jazyků se zabývalo i několik šetření na národní, regionální i mezinárodní úrovni. Každé výzkumné šetření k této problematice bylo však jinak koncipováno a realizováno za jiným účelem. Proto také nejsou výsledky těchto šetření mnohdy srovnatelné. Na druhou stranu lze z těchto výzkumných

šetření vyčíst, že takřka všechna z nich potvrzují vysokou potřebu jazykového vzdělávání v podnikovém sektoru.

Ve svém nedávném výzkumu došel Caha (2016a) k zjištění, že znalost cizího jazyka vyžadují téměř tři čtvrtiny jihočeských organizací a institucí. Tento výsledek zároveň koresponduje s potřebou cizího jazyka, kterou organizace a instituce samy deklarovaly. Požadavek znalosti cizího jazyka je vysoký u všech organizací a institucí. Výzkum také prokázal, že organizace a instituce v Jihočeském kraji pocítují značný handicap v jazykové vybavenosti svých zaměstnanců. Tento názor vyjádřilo 91 ze 129 organizací a institucí. Ve vztahu k velikosti organizace a instituce se toto zjištění nejvíce dotýká organizací a institucí velkých a středních. Téměř 80 % z nich by požadovalo zlepšení jazykových znalostí svých zaměstnanců. Výzkumné šetření prokázalo i vstřícnost organizací a institucí k jazykovému vzdělávání zaměstnanců. Ze 129 organizací a institucí umožňuje 78 zaměstnancům výuku cizího jazyka. Velký rozdíl je potom mezi organizacemi a institucemi velkými a středními na jedné straně a drobnými a malými na straně druhé. Až 70 % velkých a středních organizací a institucí podporuje jazykovou výuku svých zaměstnanců, zatímco u malých je to 40 % a u drobných pouze 30 %. Velmi zajímavé údaje poskytlo výzkumné šetření ohledně financování jazykového vzdělávání ze strany organizací a institucí. Organizace a instituce jsou ochotny na jazykové vzdělávání zaměstnanců přispívat poměrně významnou měrou. Zcela nebo částečně na ně přispívá až 60 % organizací a institucí, z toho zcela 31 % organizací a institucí a 29 % alespoň částečně.

Větší výzkumné šetření na národní úrovni provedla například v roce 2014 Česko- německá obchodní a průmyslová komora. Průzkumu se zúčastnilo 275 převážně českých a německých firem. Z nich 44 % činily firmy do 49 zaměstnanců, 28 % firmy s 50 – 249 zaměstnanci a 28 % firem s více než 250 zaměstnanci. Firmy byly rozděleny dle svého hlavního oboru činnosti na služby (41 %), obchod (22 %) a výrobu (37 %). Výzkumné šetření přineslo následující zjištění: Pro 99 % všech zúčastněných firem jsou znalosti cizích jazyků důležité. Jako nejdůležitější dva jazyky ve firmách byly identifikovány angličtina a němčina, dále následovala s velkým odstupem ruština a francouzština. Angličtina je velmi důležitá nebo důležitá pro 89 % firem, němčina potom pro 88 % firem. Další otázky byly zaměřeny na důležitost německého jazyka, přičemž se zjistilo, že 93 % firem, které požadují znalost cizího jazyka, očekává pokročilou nebo velmi dobrou úroveň tohoto jazyka. Znalost němčiny byla uvedena jako důležitá především pro pracovní pozice manažer (74 %), asistent vedoucího firmy (62 %), vedoucí oddělení (56 %), technický odborník (46 %), prodejce (34 %), nákupčí (32 %), HR a účetnictví (31 %). Znalost němčiny je dle výzkumu důležitá především pro komunikaci s německy hovořícími zákazníky (68 %), komunikaci s mateřskou firmou (60 %), komunikaci s nadřízenými (42 %), komunikaci s ostatními zaměstnanci (17 %) a k přístupu k prostředkům k rozvoji zaměstnanců (14 %). Poměrně alarmující bylo zjištění ohledně dostupnosti německy hovořícího personálu. 48 % firem totiž uvedlo, že je nedostatečná nebo špatná, 40 % uvedlo, že je uspokojivá a pouze 12 %, že je dobrá. K tomuto výzkumnému šetření je nutno ale podotknout, že byly osloveny především česko-německé podniky nebo podniky s úzkou vazbou na německý trh. Tím je možno také odůvodnit, že takřka pro všechny

podniky je znalost cizího jazyka důležitá a také velmi významný podíl němčiny, jakožto velmi důležitého jazyka (Česko-německá obchodní a průmyslová komora, 2015).

Rovněž regionální průzkum „Jak důležité jsou znalosti němčiny u zaměstnanců?“, který proběhl v roce 2015 a navázal na výzkum Česko-německé obchodní a průmyslové komory, přišel se zjištěním, že takřka polovina dotázaných firem v Plzeňském a Karlovarském kraji hodnotí dostupnost německy hovořících zaměstnanců jako špatnou. Jen tři procenta ze 118 dotázaných firem byla spokojena. Průzkum dále ukázal, že požadovaná úroveň ovládnutí cizího jazyka se mimo jiné značně odvíjí i od jejich postavení v organizaci. Od vedoucích pracovníků se očekává výborná úroveň znalosti cizího jazyka (C1) se znalostí odborné terminologie, u THP pracovníků úroveň minimálně B1 a u pracovníků dělnických pozicí znalost základní (A2) (IHK Regensburg, Česko-německá obchodní a průmyslová komora 2015).

Potřebu jazykového vzdělávání v organizacích zkoumal například i mezinárodní projekt financovaný EU „Jasně – Alles klar! Mehrsprachig handeln mit Erfolg!“ za účasti Německa, Rakouska, Polska a Slovenska, řešený v letech 2014-2015. Na dotazníkovém šetření participovalo 324 firem, z toho 131 německých a rakouských, 125 polských, 70 českých a 8 slovenských. Jednalo se především o firmy podnikající v oblasti automobilového a strojírenského průmyslu, logistiky a dopravy a dodavatele automobilového průmyslu. Respondenty byly z největší části středně velké podniky v počtu 105 (51-250 zaměstnanců), malé podniky 95 (11-50 zaměstnanců), následovaly velké podniky 76 (nad 250 zaměstnanců) a drobné podniky 56 (do 10 zaměstnanců). Zjistilo se, že pouze tři z českých, polských a slovenských firem nemají potřebu cizího jazyka alespoň pro jednu pracovní pozici. Dále z výzkumu vzešlo, že 75 % podniků staví svoji obchodní strategii minimálně na dvojjazyčné komunikaci. Na základě situační analýzy a analýzy potřeby v podnicích byly poté vytvořeny jazykové profily požadavků pro jednotlivé profese v rámci jednotlivých odvětví, která byla zahrnuta do výzkumného šetření (Schönke 2015).

Hodnocení důležitosti klíčových kompetencí u zaměstnanců zmiňují též experti z Národního ústavu odborného vzdělávání, Veteška a Tureckiová (2008). Při dotazování manažerů se zjistilo, že 74 % z nich považovalo znalost jazyků za důležitou. Mezi klíčovými kompetencemi, které zaměstnavatelé rozvíjejí u svých zaměstnanců dalším studiem, byly cizí jazyky uvedeny na druhém místě, a to za znalostmi v používání výpočetní techniky. Stejný výzkum ukázal názor manažerů, že význam cizích jazyků poroste i v kontextu budoucího vývoje. Cizí jazyky byly uváděny jako jedna ze čtyř klíčových kompetencí, u kterých poroste i v budoucnu jejich důležitost.

Cíl a metodika

Cílem příspěvku je na základě vlastního empirického šetření zjistit, do jaké míry podniky v České republice pocítují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců a zároveň skutečnost, zda většina z těch, které tuto potřebu pocítují, tento typ vzdělávání také podporuje. Stanovili jsme přitom následující dvě hypotézy:

Více než 50% podniků pociťuje potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců. Většina z podniků, které pociťují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců, zároveň jazykové vzdělávání podporuje.

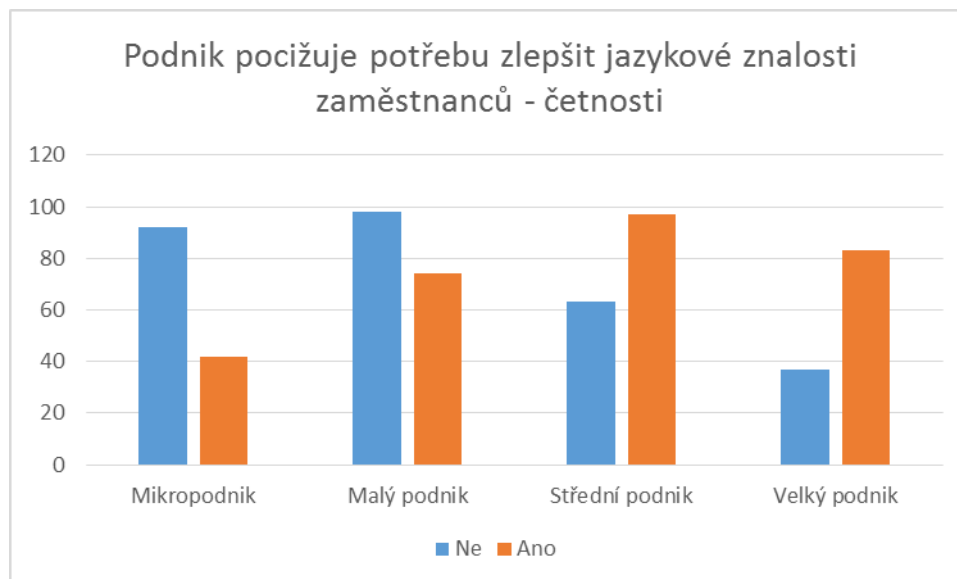
K dispozici jsme měli výsledky vlastního v druhé polovině roku 2016 realizovaného dotazníkového šetření. Výzkumný vzorek čítal 587 podniků různých velikostí: mikrofirmy (1-9 zaměstnanců), malé firmy (10 - 49 zaměstnanců), středně velké firmy (50 - 249 zaměstnanců) a velké firmy (250 a více zaměstnanců). Zpracování jsme rozdělili na dvě části.

Nejprve jsme zkoumali první hypotézu: Více než 50 % dotazovaných podniků pociťuje potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců.

Bylo tedy nutné zjistit, zda podíl podniků, které pociťují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců, je více než 50%. Sestavili jsme tabulku absolutních a relativních četností v závislosti na tomto faktoru a v závislosti na velikosti podniku (Tabulka 1 a Graf 1).

	Ne	Ano	Celkem
Mikropodnik	92 (69 %)	42 (31 %)	134 (100 %)
Malý podnik	98 (57 %)	74 (57 %)	172 (100%)
Středně velký podnik	63 (39 %)	97 (61 %)	160 (100%)
Velký podnik	37 (31 %)	83 (69 %)	120 (100 %)

Tab. 1 - Pociťují-li podniky zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců
Zdroj: vlastní zpracování



Graf 1 – Potřeba podniku zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců
Zdroj: vlastní zpracování

K otestování zkoumané hypotézy jsme pak použili jednostranný jednovýběrový test o poměru. Testovali jsme hypotézu: Podíl podniků, které pociťují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců je menší nebo roven 50% proti alternativě, že je tento podíl větší než 50%. Jako výsledek je uvedena hodnota testovací statistiky, p-value testu a dolní

hranice jednostranného intervalového odhadu pro podíl podniků, které cítí potřebu lepšího jazykového vzdělání zaměstnanců (Tab. 2, 3, 4, 5).

Výsledky statistických testů:

Testovací statistika Z	-4,319
P - value	0,999
Dolní hranice intervalového odhadu	0,252

Tab. 2 - Odhad podílu mikropodniků, které pociťují potřebu lepší jazykové vybavenosti svých zaměstnanců
Zdroj: vlastní zpracování

Testovací statistika Z	-1,83
P - value	0,966
Dolní hranice intervalového odhadu	0,37

Tab. 3 - Odhad podílu malých podniků, které pociťují potřebu lepší jazykové vybavenosti svých zaměstnanců
Zdroj: vlastní zpracování

Testovací statistika Z	2,688
P - value	0,00359
Dolní hranice intervalového odhadu	0,541

Tab. 4 - Odhad podílu středně velkých podniků, které pociťují potřebu lepší jazykové vybavenosti svých zaměstnanců
Zdroj: vlastní zpracování

Testovací statistika Z	4,199
P - value	$1,34 \cdot 10^{-5}$
Dolní hranice intervalového odhadu	0,618

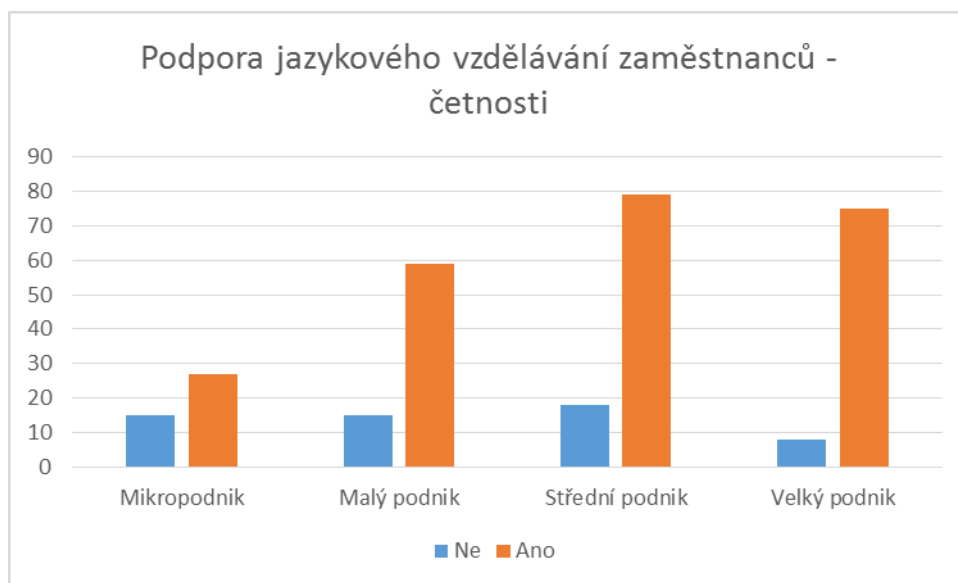
Tab. 5 - Odhad podílu velkých podniků, které pociťují potřebu lepší jazykové vybavenosti svých zaměstnanců
Zdroj: vlastní zpracování

Druhá hypotéza zněla: Většina z podniků, které pociťují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců, zároveň jazykové vzdělávání podporuje.

Pro ověření druhé hypotézy jsme vyfiltrovali z celého souboru pouze ty podniky, které pociťují potřebu lepší jazykové vybavenosti svých zaměstnanců. Získali jsme tak soubor, čítající 296 podniků. Pro tento soubor jsme sestavili tabulky absolutních a relativních četností v závislosti na velikosti podniku a na tom, zda podporují nebo nepodporují jazykové vzdělávání zaměstnanců (Tab. 6 a Graf 2).

	Ne	Ano	Celkem
Mikropodnik	15 (36 %)	27 (64 %)	42 (100 %)
Malý podnik	15 (20 %)	59 (80 %)	74 (100 %)
Středně velký podnik	18 (19 %)	79 (81 %)	97 (100 %)
Velký podnik	8 (10 %)	75 (90 %)	83 (100 %)

Tab. 6 - Podpora jazykového vzdělávání u podniků, které pociťují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců
Zdroj: vlastní zpracování



Graf 2 – Podpora jazykového vzdelávania
Zdroj: vlastní zpracování

K otestování zkoumané hypotézy jsme pak použili opět jednostranný jednovýběrový test o poměru. Testovali jsme hypotézu: Podíl podniků, které podporují jazykové vzdělávání svých zaměstnanců, je menší nebo roven 50% proti alternativě, že je tento podíl větší než 50%. Jako výsledek je uvedena hodnota testovací statistiky, p-value testu a dolní hranice jednostranného intervalového odhadu pro podíl podniků, které cítí potřebu lepšího jazykového vzdělání zaměstnanců (Tab. 7, 8, 9, 10)

Všechny statistické testy a výpočty intervalových odhadů jsme provedli pomocí statistického software R na hladině spolehlivosti 95% (tedy na hladině významnosti 0,05). Tabulky četností a grafy byly vypracovány v MS Excel.

Výsledky statistických testů:

Testovací statistika Z	1,852
P - value	0,0321
Dolní hranice intervalového odhadu	0,516

Tab. 7 - Odhad podílu mikropodniků, které pociťují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců a zároveň tento typ vzdělávání podporují
Zdroj: vlastní zpracování

Testovací statistika Z	5,115
P - value	$1,57 \cdot 10^{-7}$
Dolní hranice intervalového odhadu	0,711

Tab. 8 - Odhad podílu malých podniků, které pociťují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců a zároveň tento typ vzdělávání podporují
Zdroj: vlastní zpracování

Testovací statistika Z	6,194
P - value	$2,94 \cdot 10^{-10}$
Dolní hranice intervalového odhadu	0,741

Tab. 9 - Odhad podílu středně velkých podniků, které pocítují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců a zároveň tento typ vzdělávání podporují
Zdroj: vlastní zpracování

Testovací statistika Z	7,354
P - value	$9,6 \cdot 10^{-14}$
Dolní hranice intervalového odhadu	0,837

Tab. 10 - Odhad podílu velkých podniků, které pocítují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců a zároveň tento typ vzdělávání podporují
Zdroj: vlastní zpracování

Diskuse a závěr

V rámci svého výzkumného šetření jsme chtěli potvrdit na dané hladině spolehlivosti hypotézu, že podíl podniků, které pocítují potřebu zlepšit jazykové vzdělávání svých zaměstnanců, je větší než 50%. Výsledek statistického testu musel tedy zamítnout hypotézu, že je tento podíl menší nebo roven 50% ve prospěch alternativy. Znamenalo to, že hodnota p – value musela být menší, než hladina významnosti 0,05 a dolní hranice intervalového odhadu musela být větší než 0,5 (tedy 50%). To bylo splněno pouze u středně velkých a velkých podniků. U mikropodniků a malých podniků se hypotéza nepotvrdila. Dolní odhad podílu podniků, které pocítují potřebu zlepšit jazykové vzdělávání, je u mikropodniků pouze 25,2% a u malých podniků 37%. U středně velkých podniků se již s dolní hranicí jednostranného intervalového odhadu dostaneme na hodnotu 54,1% a u velkých dokonce na 61,8%. Protože se jedná o dolní hranici, může se reálně tento podíl pohybovat i ve vyšších hodnotách.

Druhá hypotéza, kterou jsme verifikovali, byla, že mezi podniky, které pocítují potřebu zlepšit jazykové schopnosti svých zaměstnanců, je podíl těch, které jazykové vzdělávání podporují větší než 50%. Výsledek statistického testu proto opět musel zamítnout hypotézu, že je tento podíl menší nebo roven 50% ve prospěch alternativy. Znamenalo to stejně jako v předchozí hypotéze, že hodnota p – value testu o poměru musela být menší, než hladina významnosti 0,05 a dolní hranice intervalového odhadu musela být větší než 0,5 (tedy 50%). Tato hypotéza se potvrdila u všech skupin bez ohledu na velikost podniku. Můžeme tedy konstatovat, že pokud podniky pocítují potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců, podporují jazykové vzdělávání svých zaměstnanců. Zajímavým poznatkem je rovněž skutečnost, že podíl podniků, které jazykové vzdělávání podporují, výrazně roste s velikostí podniků. U mikropodniků je dolní hranice intervalového odhadu podílu 51,6%, u malých podniků 71,1%, u středních podniků 74,1% a u velkých podniků dokonce 83,7%. Uvědomíme-li si, že se jedná o dolní hranici podílu, může být reálný podíl ještě větší, což např. v případě velkých podniků již sahá k hranici 90%. Výrazně menší podpora jazykového vzdělávání se tak vyskytuje pouze u mikropodniků, protože odhady pro malé a střední podniky jsou podobné. I zde však statistický test ukazuje podíl významně vyšší než 50%. Závěrem můžeme shrnout, že mikropodniky a malé podniky v České republice potřebu zlepšit jazykovou vybavenost svých zaměstnanců většinou nepocítují, zatímco u středně

velkých a velkých podniků je tomu naopak. V případě, že podniky pocítují potřebu zlepšit jazykové znalosti svých zaměstnanců, pak většinou i podporují jejich jazykové vzdělávání, a to tím více, čím větší je podnik.

Tento článok odporúča na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda doc. PhDr. Alena Kajanová, Ph.D.

Použitá literatúra

1. BUDINSKÁ, L. a P. MARKOVIČ, 2015. Corporate governance a current trends in cost governance. In: *Financial Management of Firms and Financial Institutions: 10th International Scientific Conference. Proceedings. Part I*. Ostrava: Technická univerzita Ostrava, s. 129-136. ISBN 978-80-248-3865-6. ISSN 2336-162X.
2. CAHA, Z., 2016a. Jazykové vzdělávání zaměstnanců jako důležitý subsystém podnikového vzdělávání. In: *Jihočeský kraj v globální ekonomice*. Praha: SETOUTBOOKS.CZ, s. 209-222, ISBN 978-80-86277-82-0.
3. CAHA, Z., 2016b. Potřeba jazykového vzdělávání z pohledu podnikové praxe v Jihočeském kraji. In: *Jihočeský kraj v globální ekonomice*. Praha: SETOUTBOOKS.CZ, 2016. s. 197-208, ISBN 978-80-86277-82-0.
4. IHK REGENSBURG, ČNOPK, 2015. *Kulatý stůl k výsledkům regionálního průzkumu „Jak důležité jsou znalosti němčiny u zaměstnanců?“* [online]. Plzeň: Regionální kanceláře Plzeň IHK Regensburg a ČNOPK [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: <http://www.ahk-plzen.cz/cz/akce/jednotlive-akce/events/kulaty-stul-k-vysledkum-regionalniho-pruzkumu-jak-dulezite-jsou-znalosti-nemciny-u-zamestnancu/?cHash=bbd95059f78c06f9e25737e4ef0ec289>
5. HRONÍK, F., 2007. *Rozvoj a vzdělávání pracovníků*. Praha: Grada. Vedení lidí v praxi. ISBN 978-80-247-1457-8.
6. KUCHAR, O., 2009. Měříme efektivitu výuky cizích jazyků. In: *HRM Human Resources Management* [online]. Praha: Economia, a. s., 29. 9. 2009. [cit. 2016-05-13]. ISSN 1801-4690. Dostupné z: <http://hrm.ihned.cz/c1-38437790-merme-efektivitu-vyuky-jazyku>
7. SCHÖNE, K., 2015. Sprachbedarf in Unternehmen. In: *Jasne.org Projekt JASNE – Alles klar! Mehrsprachig handeln mit Erfolg* [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné z: http://jasne.org/fileadmin/Dokumente/user_upload/Detaillierte_Auswertung_der_Umfrage_v1.pdf
8. STRAKOVÁ, J., M. VOKOUN, J. VÁCHAL, F. STELLNER, R. VANÍČKOVÁ, 2016. Řízení lidských zdrojů. In: *Jihočeský kraj v globální ekonomice*. Praha: SETOUTBOOKS.CZ, s. 179-191, ISBN 978-80-86277-82-0.
9. TURECKIOVÁ, M., 2006. Podnikové vzdělávání: Metody a formy používané v rozvoji lidských zdrojů. *Pedagogika*, 56 (4), 373–381
10. VETEŠKA, J. a M. TURECKIOVÁ, 2008. *Kompetence ve vzdělávání*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1770-8.