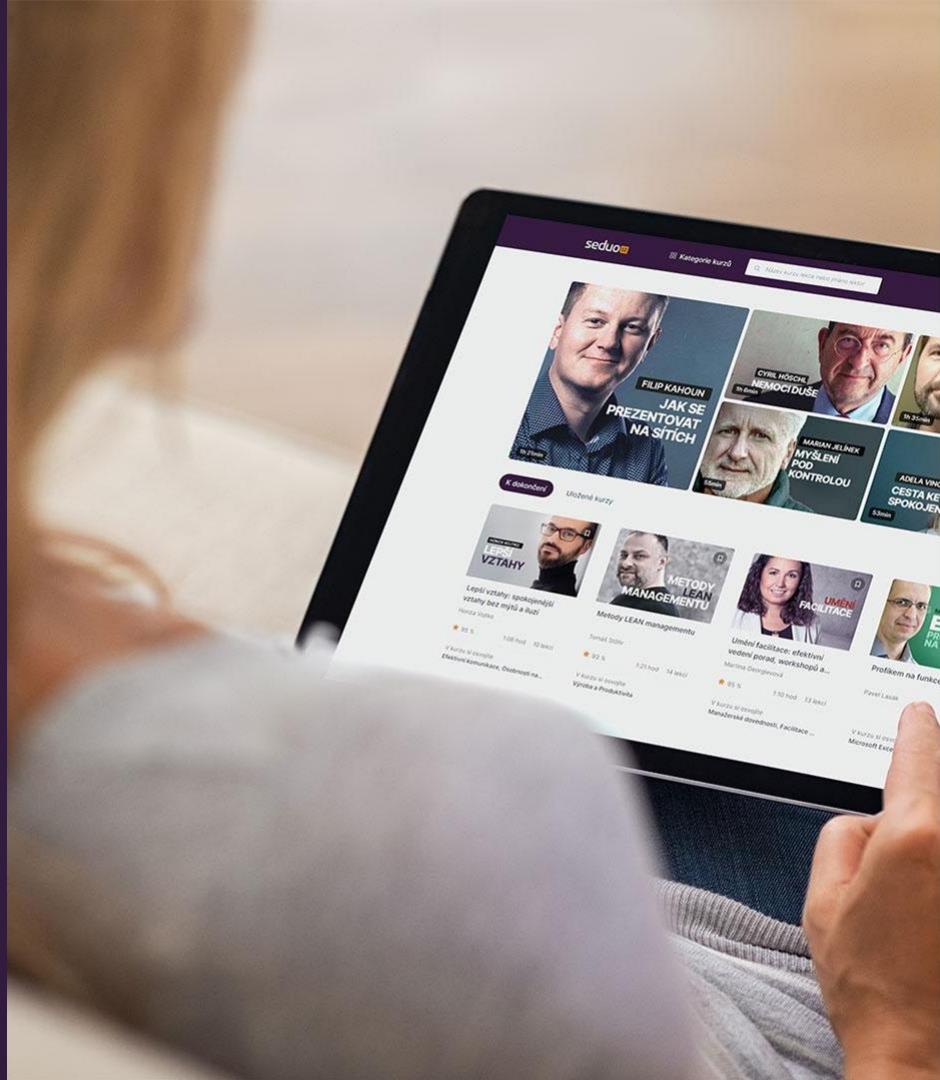


Vzdělání jako klíč k rozvoji firem.

Tereza Lipoldová, Key Account Manager Seduo.cz



Existují **značné rozdíly** mezi tím, co firmy říkají a co skutečně dělají

Co firmy říkají:

Chtějí vzdělávat své zaměstnance aby:

- Rozvíjeli jejich kompetentnost a znalosti pro rozhodování.
- Sjednotili úroveň znalostí na dané pozici.
- Objevili nové možnosti, jak dělat svou práci lépe.

½ firem prohlašuje, že **vzdělávání považují za pevnou součást fungování firmy**. Druhá ½ je má v rovině benefitu.

Mají zájem do vzdělávání investovat a přizpůsobit je potřebám zaměstnanců a jejich cílenému rozvoji.

Vzděláváním chtějí dosáhnout viditelného pokroku lidí. Chtějí, aby uměli naučené zužitkovat v jejich firemní praxi.

Co firmy dělají:

Firmy si umí hlavně dobře poradit s mezerami a nedostatky zaměstnanců.

Pokulhávají ale v nacházení rozvojových příležitostí pro daného zaměstnance.

Chybí jim čas nebo know-how pro zavádění nových metod/forem.

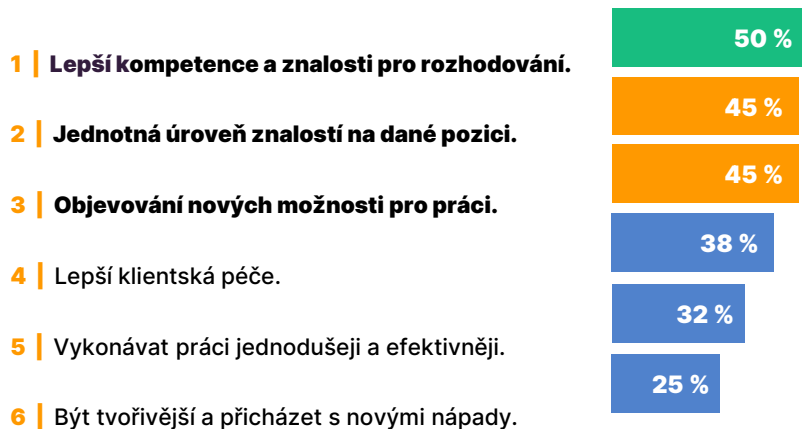
Za hlavní motivátor lidí ke vzdělávání mají firmy to, že jim nabídnou vzdělávání zdarma. Vzhledem k nastavení Čechů, kteří nejsou sami orientovaní na cíle a spíše se nechávají vést, to nestačí.

Vzdělávání dominují hlavně povinné aktivity

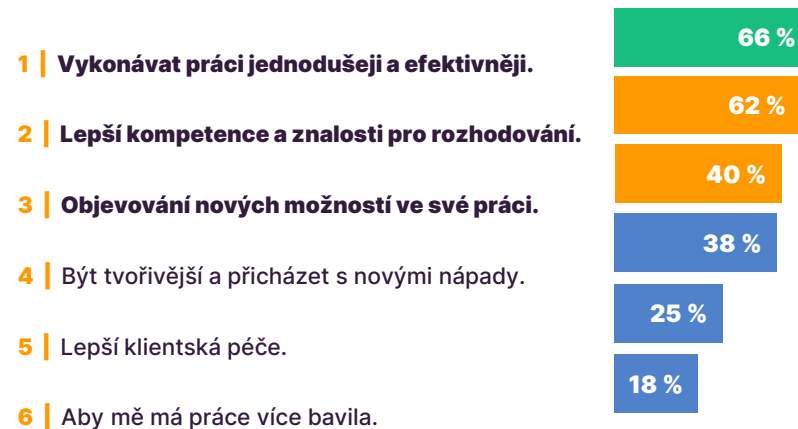
Zdaleka **ne všechny firmy vyhodnocují**, že k posunu u zaměstnance skutečně došlo. Nejčastěji evidují jen samotnou účast a zpětnou vazbu od účastníků ke kurzu.

Úlohy firemního vzdělávání a rozvoje

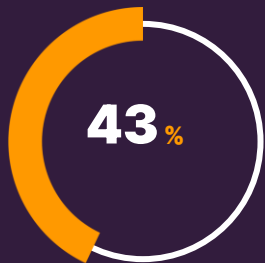
Z pohledu firem:



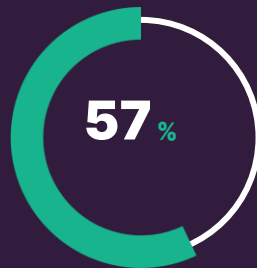
Z pohledu zaměstnanců:



Realita



zaměstnanců má možnost se relevantně vzdělávat prostřednictvím zaměstnavatele.



zaměstnanců tvrdí, že takovou možnost nemá.

Přístup ke vzdělávání

81% Pokud jde o **možnosti vzdělávání**, snažíme se vyjít vstříc potřebám a zájmu zaměstnanců.

78% Většina našich zaměstnanců se vzdělávání **účastní ráda a se zájmem**.

78% **Preferujeme cílený rozvoj** a cílené vzdělávání našich zaměstnanců.

77% Vzdělávání má v naší firmě **podporu nejvyššího vedení**.

72% Vzdělávání má u nás ve firmě **důležitou pozici**.

60% **Daří se nám** zavádění nových metod a postupů ohledně vzdělávání.

50% **Máme** relativně propracovaný systém/koncepci vzdělávání.

19% Pokud jde o **možnosti vzdělávání**, zařizujeme jen to, co je opravdu nutné pro chod firmy.

22% Většina našich zaměstnanců se vzdělávání účastní hlavně proto, aby **měli „fajfku“ a potvrdili, že tam byli**.

22% **Preferujeme volný rozvoj** našich zaměstnanců, tedy schopnost rozvíjet se podle sebe a svých vlastních potřeb.

23% Vzdělávání **vedení firmy příliš nepodporuje**. Mnoho věcí musím prosazovat sám /někdo z kolegů.

28% Vzdělávání **nepatří mezi priority firmy**.

40% Zavádění nových metod a postupů ohledně vzdělávání **příliš neřešíme**.

50% Vzdělávání organizujeme podle aktuálních potřeb, **bez** propracovaného systému.

Proč se lidé **nevzdělávají častěji?**

1 | Je to časově náročné.

2 | Mám hodně jiných aktivit.

3 | Nemohu si to finančně dovolit.

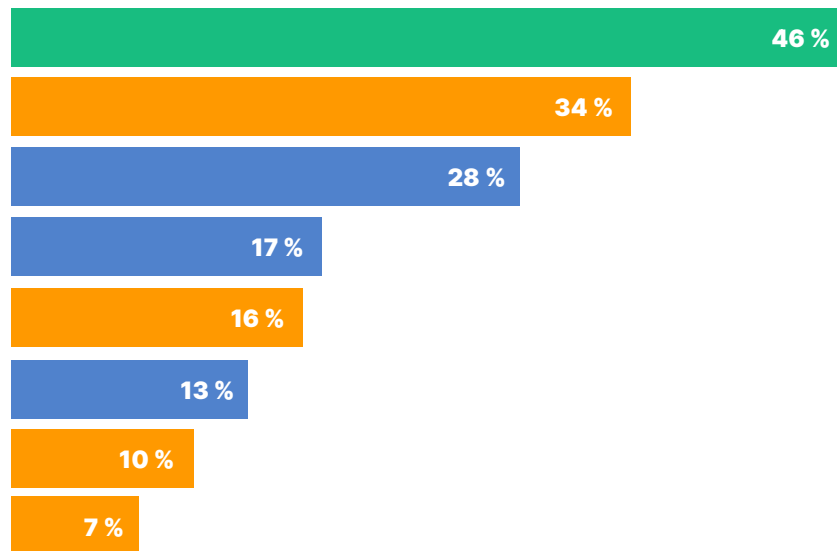
4 | Raději věnuji čas dětem / rodině / přátelům.

5 | Zaměstnavatel mě k tomu nemotivuje.

6 | Kurzy, o které bych měl zájem, nikdo nenabízí.

7 | Chybí mi disciplína / vytrvalost.

8 | Nechci kvůli tomu nikam jezdit.



Přehled, jak firmy motivují své zaměstnance ke studiu

Firmy s motivací zaměstnanců příliš nepracují. Motivací zaměstnanců ke studiu jsou hlavně kurzy zdarma, kurzy, které zaměstnanec skutečně potřebuje (i proto, že jsou navázané na reálné pracovní problémy) nebo které zlepšují jeho uplatnění. Skutečné způsoby motivace (např. odměnu pro nejlepší studenty) využívá minimum firem.

Poskytujeme zaměstnancům vzdělání zcela zdarma.

ZDARMA 71 %

Nabízíme vzdělání, které zaměstnanec potřebuje, pak není potřeba ho motivovat.

POTŘEBNÉ 57 %

Vzdělávání vychází z reálných problémů, které se ve firmě dějí, to jako motivace stačí.

S NÁVAZNOSTÍ NA PRÁCI 53 %

Nabízíme vzdělání, které mu pomůže v kariérním růstu.

PRO KARIÉRNÍ RŮST 47 %

Certifikát - zaměstnanci po složení závěrečného testu obdrží certifikát.

39 %

Nabízíme atraktivní kurzy, na které by se jinak zaměstnanci jako soukromé osoby nedostali.

26 %

Exkluzivita - některé formy vzdělávání jsou dostupné jen pro vybrané zaměstnance.

22 %

Interaktivita - organizujeme kurzy, do kterých se můžou účastníci zapojit.

21 %

Neustále měníme nabídku vzdělávání - nové je vždy zajímavé.

16 %

Restrikce - účastnit se vzdělávání je nutná podmínka, např. pro využívání služebního auta, mobilu, homeoffice apod.

14 %

SROVNEJ: Motivace z pohledu zaměstnanců

Odborníkem ve svém oboru

37 %

Větší porozumění práci

37 %

Možnost dělat práci, co mě baví

33 %

Jistota, že najdu uplatnění

32 %

Nové nápady a podněty

28 %

Vlastní zdokonalení

25 %

Nezůstávat pozadu

19 %

Vlastní rozhodování v práci

15 %

Typy vzdělávacích aktivit

Povinné

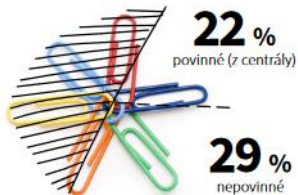
49% povinné ze zákona

22% povinné z centrály

29% nepovinné

1. POVINNOST

49%
povinné ze zákona



Cílová skupina

38% týmové

35% plošné

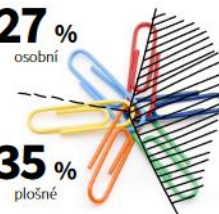
27% osobní

27%
osobní

35%
plošné

2. ZÁSAH

38%
týmové



Obsah

46% hard skills

29% soft skills

18% jazyky

7% ostatní

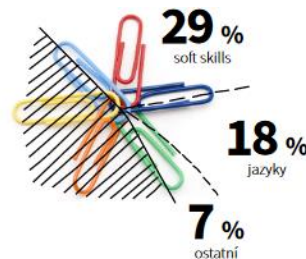
3. OBSAH

46%
hard skills

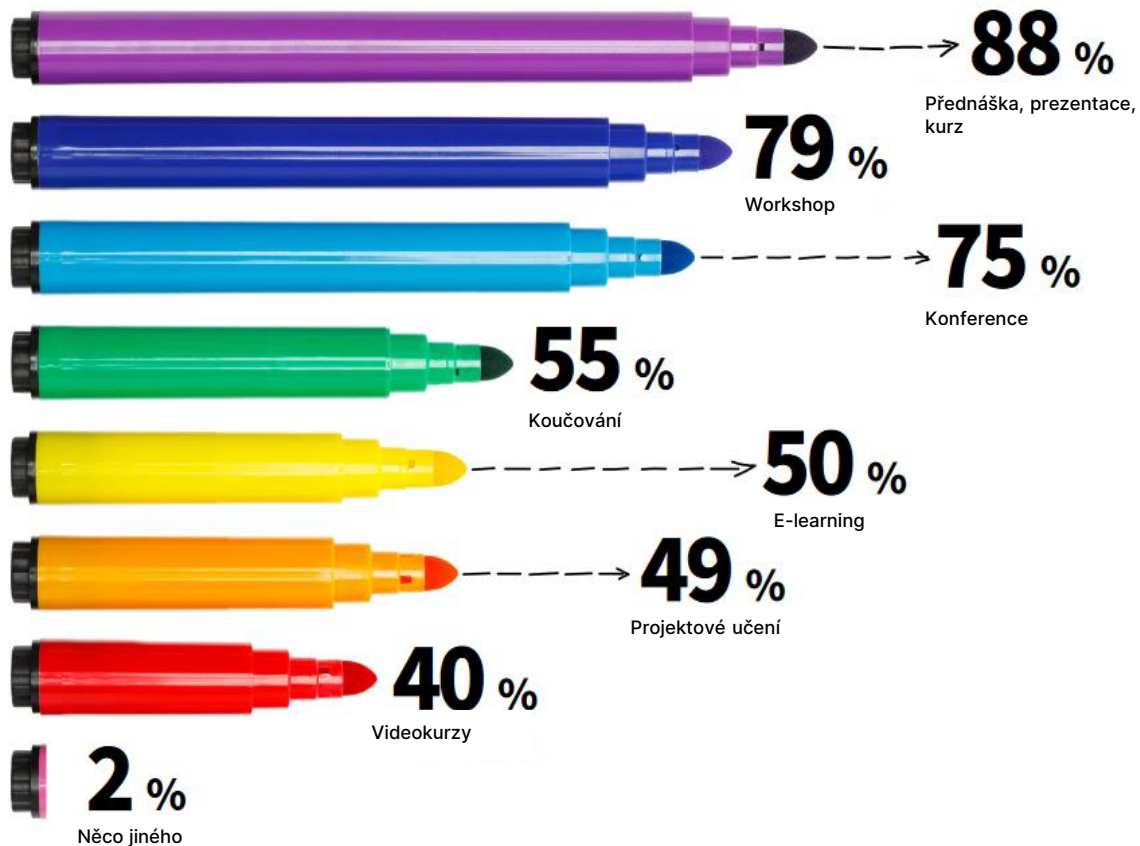
29%
soft skills

18%
jazyky

7%
ostatní



Způsoby vzdělávání 2019



zdroj: g82/Simply5, Firmy poskytující firemní vzdělávání,
355 respondentů, 11/2019

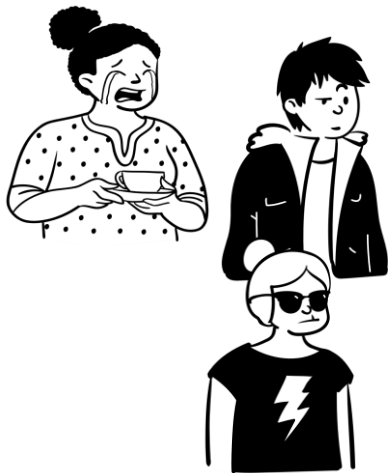
Budoucí výhled firemního vzdělávání

Firemní vzdělávání se sice i nadále bude orientovat na pracovní výkony, ale současně bude brát více v potaz i jeho důležité podmínky – osobní život a respekt k osobnosti daného člověka.

Příležitostí je obsluha potřeb různých generací/skupin na trhu práce:

Mladí

(umět najít smysl v tom, co v práci dělám, stress a time management)



Stříbrní 50+

(schopnost zvládat technologie a držet krok s dobou)



Dělníci 2.0

(modrobílé límečky kombinující technické dovednosti s měkkými, prozákaznickými).



Aktuální a budoucí trendy ve firemním vzdělávání

- | Blended online learning — (VILT+online kurzy)
- | Online vzdělávání
- | Data driven learning
- | Integrace učení/vzdělávání do každodenní práce
- | Rapid authoring
- | Učí se organizace
- | Zapojení manažerů
- | Odstranění nárazových vzdělávacích aktivit

Děkuji za pozornost

Tereza Lipoldová, Key account
manager

seduo 

[více na Seduo.cz](https://www.seduo.cz)