

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta



**VYUŽITÍ NÁSTROJŮ PUBLIC
RELATIONS PŘI PROPAGACI ŠKOL
A ŠKOLSKÝCH ZAŘÍZENÍ NA RŮZNÉM
VÝCHOVNĚ VZDĚLÁVACÍM STUPNI**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vypracoval: Ondřej Hajský

Vedoucí práce: Ing. Jaroslava Bjalkovová, Ph.D

České Budějovice, duben 2007

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval.

V Českých Budějovicích dne 24. dubna 2007

Poděkování:

Velmi rád bych poděkoval Ing. Jaroslavě Bjalkovové, Ph.D. za zajímavý výklad předmětů marketingu a managementu, které jsem absolvoval v druhém ročníku. Tyto předměty mě velmi zaujaly a utvrdily ve výběru téma mé bakalářské práce. Je mi velkou ctí, že se právě paní Bjalkovová stala vedoucí mé práce. Tímto jí chci poděkovat za trpělivost, kterou se mnou měla, a také za kritické poznámky k mé práci, jenž mě motivovaly k jejímu vylepšení.

Anotace:

Podstata mé závěrečné bakalářské práce spočívá v definici základních pojmů z oblasti vztahů s veřejností (public relations) a výzkumu vlivu okolí na rozhodování žáka a jeho výběru navazující školy. Je určena pro pracovníky škol a školských zařízení na různém výchovně vzdělávacím stupni, kterým pomůže nahlédnout do zákulisí této problematiky. Důležitost aplikace tohoto způsobu propagace vidím hlavně ve stabilním veřejném mínění z dlouhodobého časového hlediska.

Anotation:

The body of my final bachelory work consist in definitions of basic conceptions of area pointed in Public Relations and the research of influence of enviroment on the student's decisions and his choice of next school. This work can be used by employees of schools in the way to see the basic processes behind the backstage of these questions. The importance of aplicacion of this way of propagation I see mainly in stable public opinion in the way of longtime perspective.

Obsah:

1. Úvod.....	6
2. Literární rešerše.....	7
2.1 Definice vztahů s veřejností	7
2.2 Veřejnost jako pojem v oblasti PR.....	8
2.2.1 Společnost a její vývojové trendy.....	8
2.2.2 Specifické společenské skupiny.....	9
2.2.3 Zaměstnanecká veřejnost.....	10
2.3 Komunikace ve vztazích s veřejností.....	11
2.3.1 Účinná a neúčinná komunikace.....	11
2.3.2 Nástroje a formy vztahů s veřejností.....	11
3. Výzkum na institucích různého vzdělávacího stupně – metodika	14
4. Analýza provedeného výzkumu.....	16
4.1 Výzkum na základních školách.....	16
4.2 Výzkum na středních školách.....	27
4.3 Výzkum na Jihočeské univerzitě.....	38
5. Závěr.....	48
6. Seznam použité literatury.....	51
7. Přílohy.....	52

1. Úvod

Zaměření mé závěrečné bakalářské práce jsem si vybral proto, že mi propagace pomocí vztahů s veřejností přijde tím nejčestnějším způsobem, jakým se firma, podnik či instituce může zviditelnit. To samozřejmě platí jen v tom případě, pokud informace, které poskytne vedení podniku, jsou založeny na pravdě. Původně se měla tato práce věnovat promotion – podpoře prodeje, se kterou jsem měl zkušenosti z četných ochutnávek a akcí v Jihočeském kraji. Bohužel tento způsob, který je většinou zaměřen pouze na odbyt výrobku, mi přišel chvílemi až klamavý, a tak jsem postupem času změnil názor.

Začlenění řízení vztahů s veřejností do strategického plánování organizace se čím dál tím více stává důležitějším, a proto by se i vzdělávací instituce (i když jako neziskové organizace) měly tímto problémem zabývat. Tato práce by měla sloužit ke dvěma účelům. První je informovat čtenáře o základních formách a nástrojích PR pomocí jednoduchých definic, které jsem citoval z použité literatury. Druhá část práce se věnuje výzkumu na základních, středních a vysoké škole, kde jsem pomocí dotazníků zjišťoval vliv veřeného mínění na rozhodování studentů o další škole a také spokojenost na té stávající. Ta by například mohla být malým ukazatelem spokojenosti žáků pro jednotlivé školy.

V závěru práce se budu věnovat nastínění možných vylepšení, která by se teoreticky mohla stát konkurenční výhodou na trhu výchovných a vzdělávacích institucí. Do příloh budou zařazeny již výše zmíněné dotazníky, které jsem předložil na jednotlivých školách.

2. Literární rešerše

2.1 Definice vztahů s veřejností (*Public Relations*)

V tomto oboru po celém světě koluje bezpočet definic PR, ale jako úvodní bych použil slova Jaroslava Světlíka, odborníka na marketing škol:

„Vztah k veřejnosti je takovou formou komunikace, jejímž hlavním cílem je vytváření příznivých představ (image), které na veřejnosti škola, popř. její vzdělávací program bude mít.“ (Světlík 1996, s. 308)

Dalším českým odborníkem a současně zakladatelem a prvním místopředsedou České společnosti pro propagaci a public relations MOSPRA je PhDr. Zdeněk Chmel. Jeho definice vztahů s veřejností je poněkud více obsáhlejší a zahrnuje více charakteristik oblasti PR:

„Public Relations jsou samostatnou řídicí funkcí vedení firmy nebo instituce, jejímž posláním je systematické vytváření a udržování vztahů důvěry a vzájemného porozumění s veřejností. PR spoluvytvářejí image firmy (instituce) za pomoci pravdivých a úplných informací o ní a její činnosti. PR získávají vnější i vnitřní veřejnost pro podporu činnosti firmy (instituce) jak v současnosti, tak i pro budoucnost a tím vytvářejí příznivé klima pro její aktivity.“ (Chmel 1997, s. 44)

Před hlubším pohledem do jádra této problematiky bych ještě zmínil definici, kterou uvádí anglický odborník Sam Black v překladu své publikace „Nejúčinnější propagace – Public Realties“:

„Jde o podporování vztahů a dobré vůle mezi osobou, firmou nebo institucí a jinými osobami, částí veřejnosti nebo společnostmi v nejširším slova smyslu prostřednictvím rozšiřování výkladového materiálu, rozvíjení vzájemné přátelské výměny a informací a odhadu reakcí veřejnosti.“ (Sam Black 1994, s.17)

Předešlé definice byly velice krátké a jednoduché na to, aby dokázaly obsáhnout celé spektrum záležitostí a problémů, které souvisí se vztahy s veřejností. Následující podkapitoly se snaží zachytit vše podstatné, co ve svých publikacích vyjádřili přední odborníci v oblasti PR.

2.2 Veřejnost jako pojem v PR

Protože ovlivnění názoru celé veřejnosti je nemožné, musí se z hlediska PR tato veřejnost (společnost) nějakým způsobem rozdělit. Jak uvádí Jaroslav Kohout ve své publikaci „Veřejné mínění, image a metody public relations“, pozornost pracovníků v oboru PR se soustředí na „společnost“ ve třech rovinách (Kohout, 1999):

- 1) celá společnost a její vývojové trendy
- 2) specifické společenské skupiny
- 3) vlastní zaměstnanci

2.2.1 Společnost a její vývojové trendy

Největším zdrojem informací o celé společnosti a vývojových trendech jejích hlavních skupin jsou sociologické výzkumy, které probíhají v každé vyspělejší zemi. Často bývají tyto výzkumy publikovány v tisku či jiných materiálech a to dává pracovníkům PR možnost vytvářet strategické úvahy a dlouhodobé koncepce práce celé organizace.

Sociologie nenahlíží na společnost jako na celek, spíše pracuje s pojmy sociální struktura, sociální skupiny, které dále člení na dva základní druhy: makro a mikroskupiny. Makroskupiny jsou velice početné skupiny, kde se nepředpokládá vzájemná znalost členů, soustředěnost a interakci na jednom místě atd. Musíme však (přes mnohé a někdy značně individuální odlišnosti) brát zřetel na určité základní znaky, které je integrují, umožňují sledovat shodné cíle, spolunáležet. (Kohout, 1999)

Dále Kohout uvádí několik způsobů identifikace určitých sociologických skupin:

- a) **národ** – většinou společný jazyk, existuje zde společná tradice, dějiny, v jistém smyslu i společné uznávání hodnot, shodné bývají zvyky, způsob života, kulturní orientace
- b) **rasy a náboženské organizace** – velmi četné skupiny, které jsou rovněž velmi citlivé a často se vzájemně propojují. Musíme brát zřetel na různorodost a barvitost těchto skupin. Proto se při oslovování veřejnosti v těchto směrech nesmíme chovat lehkomyšlně.
- c) **profese** – už dávno je známo, že profese formuje osobní život člověka a vyplývají z ní i odlišné zájmy. Této skupině se vychází vstříc nejrůznějšími způsoby, počínaje otevíráním speciálních obchodů, konče vydáváním celé řady specializovaných časopisů.
- d) **sociodemografické skupiny** – především se jedná o skupiny ženy – muži, dále pak věkové skupiny, kde je nejčastější toto rozdělení: dospělé obyvatelstvo (obvykle zaměstnaní), mládež, věkově starší obyvatelstvo (důchodci)

2.2.2 Specifické společenské skupiny

Většinou jsou sociologické výzkumy v tisku velice obecné pro potřeby organizace a je nutné provést výzkum na specifické společenské skupině. Tou mohou být v našem případě studenti, jejich rodiče, ale samozřejmě i zaměstnanci, o kterých bude řeč v následující kapitole. Pro uskutečnění takového výzkumu má organizace dvě možnosti: jednou je tzv. svépomoc - zřízení pracovního místa nebo pověření stávajícího zaměstnance, druhou a nejčastější volbou je využití externí agentury či pracovníka.

2.2.3 Zaměstnanecká veřejnost

Neopomenutelnou skupinou veřejnosti jsou především vlastní zaměstnanci. Zaměstnanci organizace jsou právem považováni za nejvíce informované o jejím provozu, záměrech a cílech. Proto mají velký vliv na utváření veřejného mínění. Zkusme si představit situaci, kdy někdo mluví o odchodu z firmy, kde pracuje. Určitě si většina, ne-li každý z nás, představí něco negativního ve vztahu tohoto člověka a jeho zaměstnavatele. Ať už se nachází spravedlnost na jakékoli straně, je zřejmé, že negativní hodnocení člověka z vnitřku organizace má mnohem větší sílu, než kohokoli jiného a tudíž i rychlost šíření takového povědomí je výrazně vyšší. Elton Mayo, profesor psychologie a ekonomie na Harvardově univerzitě, vedl po pět let experimenty na zaměstnankyních výrobního podniku. Celkové hodnocení průzkumu prokázalo, že největší vliv na výkon testované skupiny mají prvky tzv. sociálního prostředí – tedy např. „přesná informovanost o cílech pracovní činnosti, vědomí veřejného zájmu o práci skupiny, výborná organizační práce mistra a jeho přirozená autorita, vědomí, že výkon dívek je každodenně přesně měřen a srovnáván s vedlejší skupinou, ale hlavně přátelské, kooperativní, a nikoliv konfliktní vzájemné vztahy – prostě: human relations, lidské vztahy.“ (Kohout 1999, s.67)

Tyto dlouholeté výzkumy byly několika dalšími jen potvrzeny a přístup metodou human relations se rychle rozšířil do vyspělých průmyslových zemí. Pro lepší pochopení této změny si dovoluji použít následnou tabulku, uvedenou v knize Jaroslava Kohouta:

MISTR A MANAŽER	
Před zavedením metod HR	Po zavedení metod HR
Byl dozorcem	Je vzorem a rádcem
Měl neomezenou moc	Má přirozenou autoritu (první mezi rovnými)
Podřízené popoháněl	Podporuje, organizuje, informuje
Zasahoval při narušení („hasil“)	Permanentně se zajímá a kontroluje
Hodnotil systémem: „Zaplatit – trestat“	Hodnotí: umí pochválit i kritizovat
Zajímal se o výkon, o pracovní sílu	Snaží se poznávat celou osobnost pracovníka
On je šéf a ostatní jen výkonní pracovníci	Vychovává spolupracovníky pro případné povýšení
Byl obávaný	Je uznávaný

Tabulka č. 1: „Mistr a manažer“ (převzata z knihy Veřejné mínění, image a metody public relations, Jaroslav Kohout, s. 68)

2.3 Komunikace ve vztazích s veřejností

Pro definici úlohy komunikace v oboru vztahů s veřejností jsem použil knihu od amerického odborníka Philipa Leslyho „Public relations“. Ten hned na začátku kapitoly, která se v této knize komunikaci věnuje, uvádí výrok Platóna:

„Řekové! Co je mocnější než slovo, které přesvědčí soudce u soudního dvora, senátory ve sněmovně, občany na shromážděních nebo při jakémkoliv jiném politickém setkání? Máte-li sílu vyřknout slovo, budete mít otroka lékaře, učitele, obchodníky, kteří vám vydělají spousty peněz. Budete vyvoleni stát se velkými boháči. Ne všichni, ale pouze ti z vás, kteří jste schopni hovořit a přesvědčit ostatní.“ (Lesly 1991, s. 54)

Tento výrok se může zdát být až příliš silný, ale poukazuje na dlouhou dobu, po kterou se komunikace a vztahy s veřejností vyvíjely. Dále Lesly uvádí zjednodušené formy komunikace – ústní, písemnou, pomocí signálů a symbolů, gestikulací, neverbální zvukovou, či kombinací všech zmíněných. U osob pracujících v oblasti komunikace s veřejností se předpokládá ovládnutí všech těchto způsobů komunikace. Zde však musíme uvést, že nad osobní komunikací mezi dvěma osobami převládá využívání hromadných prostředků komunikace.

2.3.1 Účinná a neúčinná komunikace

Inteligentně vedená komunikace přináší a může způsobit obrovské změny, ale na druhou stranu je pravdou, že větší část komunikačního úsilí je neúspěšná nebo se obrací proti svému zdroji. Pochopení toho, kdy se jedná o způsob účinné komunikace, je předmětem výzkumů a dohadů. S komunikační vazbou vznikají také různé koncepční přístupy a názory, které odesílatel nasbíral v obdobné podobě, v jaké je předává adresátovi v závislosti na podmínkách a okolnostech. (srov. Lesly 1991)

2.3.2 Nástroje a formy vztahů s veřejností

Existují názory, že Public relations jsou pouze prací s hromadnými sdělovacími prostředky. Ta je sice velice významnou oblastí PR, ale rozhodně ne jedinou. K tomu Chmel dodává: „Základem práce PR je komunikace, která využívá nezávislého zprostředkování argumentů a nechává přitom příjemci sdělení prostor pro vytvoření

vlastního názoru. Takový názor je pak silnější a trvalejší než postoj vytvořený jinou cestou (např. masivní reklamou). Je to tvořivá práce, která vyžaduje na jedné straně hluboké znalosti daného odvětví (firmy, instituce) a na straně druhé umění slova – mluveného i psaného.“ (Chmel 1997)

Kromě práce se sdělovacími prostředky bych rád uvedl další nástroje, které se ve vztazích s veřejností používají:

- **Účelové kampaně:** Jsou kombinací různých prostředků PR včetně propagačních prostředků, musí být něčím vyvolány a motivovány. Takovou kampaň by bylo možné na školách využít např. při jmenování nového ředitele. Rodiče by byli informováni pomocí dopisů, kde by se uvedlo, proč ke změně došlo. Žákům by byl ředitel představen osobně při setkání všech tříd a učitelům a zaměstnancům by byly předány informace o dalších plánech školy při osobních setkáních.
- **Prostředky skupinového působení:** Do těchto prostředků je možné počítat všechny hromadné sdělovací prostředky, dále různé tiskoviny pro vnitřní veřejnost organizace (např. vnitropodnikový časopis), vzdělávací materiály, prostředky identifikace s organizací (logo, odznaky, vizitky, uniformy,..), ale i setkání určité skupiny obyvatelstva, kursy a semináře, veřejné a společenské akce apod.
- **Prostředky individuálního působení:** Do této skupiny se řadí přímé rozhovory, kontaktní telefonáty, veřejná vystoupení a projevy při konkrétních událostech, dny otevřených dveří, exkurse a návštěvy. Dále také upomínkové předměty pro zaměstnance i zákazníky – od firemních kalendářů po novoročenky.
- **Lobbying a styky se společností:** O lobbyingu se diskutuje, zda je legitimní součástí vztahů s veřejností. Jde však o to, jakým stylem se lobbying provádí. Pokud hrančí až s korupcí, tak samozřejmě ne. Ale když je prováděn čestně, je velice důležitou součástí PR. To i přesto, že skupina, na kterou je zaměřen, není početná – jedná se o nejvyšší okruhy zákonodárců i moci výkonné. Lobbismus, spočívající ve snaze pravdivě informovat o dané firmě či instituci (spolu s upozorněním, jaké nepříznivé důsledky

může přinést navrhovaný legislativní krok), je legální součástí demokratického procesu.

- **Sponzoring:** Ten se ke škole může vázat spíše jako sponzorovanému. Ve světě je tento druh sponzorství dosti rozšířen a to formou stipendií denního i postgraduálního studia, podporou univerzit i výzkumných projektů.
- **Prezentace:** Je pojímána jako komplexní akce, jejímž prostřednictvím se firma nebo její produkt představuje veřejnosti. Dá se říci, že svým způsobem patří mezi účelové kampaně a společenské akce a styky. Taková prezentace může být například použita na výstavách se školskou tematikou. Důležitým faktorem úspěchu je i grafická úprava textů, popř. stánku.

3. Výzkum na institucích různého vzdělávacího stupně – metodika

Cílem výzkumu bylo zmonitorovat sílu veřejného mínění na rozhodování žáka či studenta, který končí na jednom ze vzdělávacích stupňů školství v České republice. Také se soustředil na faktory, které by teoreticky mohly ovlivnit výběr školy a tudíž vytvořit konkurenční výhodu na vzdělávacím trhu. Výzkum byl proveden ve třech úrovních – na základních, středních a vysoké škole – a to formou dotazníkového šetření. Respondenty byli žáci a studenti, kteří navštěvují poslední ročník některé z institucí a mají podánu přihlášku na navazující školu. Pouze průzkum na Jihočeské univerzitě se trochu odlišoval, ale tomu se přiblížím dále v této kapitole. Celkově bylo 396 dotazovaných. Rozložení počtu respondentů znázorňuje tabulka č. 2:

	Základní školy		Střední školy		Vysoká škola - JČU	
	Dukelská	Nerudova	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní	1.ročník	Končící ročník
Počet respondentů	44	118	80	43	53	58
Celkem	162		123		111	

Tabulka č. 2: Absolutní počet respondentů na různých vzdělávacích institucích

Dotazník pro střední, základní školy a končící ročník vysoké školy byl tvořen osmi otázkami, studenti prvního ročníku vysoké školy museli odpovědět na sedm otázek. Ve většině dotazů byly studentům nabídnuty možnosti, ze kterých si vybírali. Některé z těchto uzavřených otázek byly doplněny jednou otevřenou možností, kde se dotazovaní mohli vyjádřit vlastními slovy. Tyto doplňkové možnosti jsem zařadil proto, abych předešel situaci, kdy by některá možnost odpovědi byla zapomenuta. Druhým důvodem se stal fakt, že respondent mohl zmínit něco, co by se dalo využít jako konkurenční výhoda oproti jiným školám na stejném vzdělávacím stupni. Jiný druh otázek, které jsem zvolil, byly otázky zcela otevřené. V těch byla dotazovaným poskytnuta možnost uvést své vlastní postoje a názory. Od ostatních se pak odlišovala poslední otázka, kde studenti vyjadřovali svou spokojenost na stávající škole ve škále 0% až 100%. Otázky v dotaznících pro jednotlivé školy byly podobné, aby bylo možné

zachytit vývoj faktorů, které v různém období studia ovlivňují jeho kritéria hodnocení škol.

Výzkum na úrovni základních škol se uskutečnil na ZŠ Dukelská a na ZŠ Nerudova. Zajímal se o typ školy, na kterou chtějí žáci devátých ročníků jít studovat, a vliv rodičů na toto rozhodnutí žáka. Důležitou otázkou je uvedení prvotního zdroje informací o vybrané škole. Dále se zabýval faktory, které by mohly rozšířit nabídku školy, a tím oslovit více jejích potencionálních klientů. Část otázek se týkala toho, co očekávají žáci od středních škol či institucí na stejném vzdělávacím stupni. Poslední dva dotazy směřovali na žákovu spokojenost na stávající škole a hodnocení internetových stránek školy, kterou žák v současné době navštěvuje.

O dotazníku na středních školách bych zmínil jen to, že je tomu na základní škole dosti podobný. Jen je upraven tak, aby odpovídal respondentům posledního ročníku gymnázia v Jírovcově ulici a střední školy Obchodní. Otázky jsou opět zaměřeny na vliv rodičů na rozhodování žáka, prvotní zdroj informací, jeho očekávání od vysoké či vyšší odborné školy. Také nechybí hodnocení internetových stránek a celkové spokojenosti na stávající škole.

Dotazníky, které byl předloženy studentům prvních a končících ročníků se lišily pouze v jedné doplňující otázce. Oproti prvnímu ročníku, kde byli respondenti tázáni na očekávání, která mají od vysoké školy, končící ročníky uváděly procentuelní splnění toho, s čím na školu nastupovali oni. Další rozdíl byl v otázce ukazatelů úrovně vysoké školy, kde měli studenti několik možností.

Před započítáním výzkumu jsem předpokládal, že vliv blízkého okolí žáka na jeho výběr školy je značný, alespoň co se týče získávání informací o školách. Takové informace mají pro tuto specifickou skupinu větší váhu než informace nalezené jiným způsobem. Dalším předpokladem byl zájem studentů o pořádání sportovních akcí, turnajů a soutěží, které by eventuelně pořádala škola, kam si žák podal přihlášku.

4. Analýza provedeného výzkumu

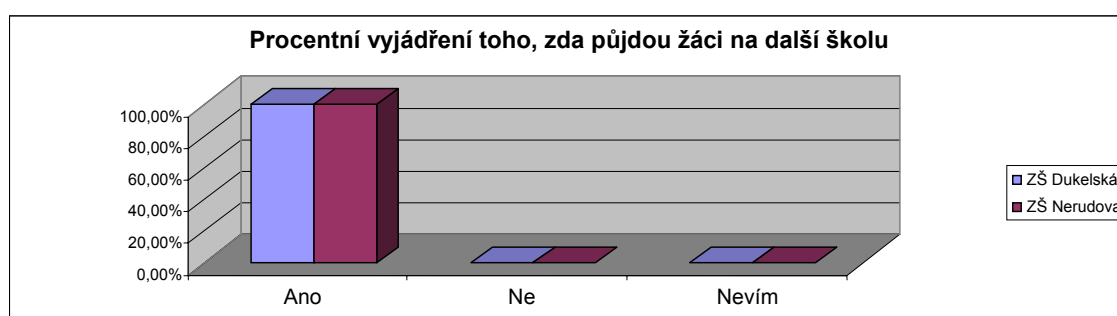
V této části mé bakalářské práce se budu věnovat rozboru výzkumu, který jsem uskutečnil na základních a středních školách a Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. Tento výzkum je převážně zaměřen na faktory, které ovlivnily nebo by mohly ovlivnit výběr školy, na kterou jednotliví žáci či studenti chtějí jít. Zabývá se také způsobem, jakým se respondenti dozvěděli o vybrané škole, a v neposlední řadě také jejich spokojeností na stávající škole a hodnocením úrovně internetových stránek této školy.

4.1 Výzkum na základních školách

Výzkum na úrovni základních škol probíhal na ZŠ Dukelská a ZŠ Nerudova. Celkově bylo dotazováno 162 respondentů – 44 ze ZŠ Dukelská a 118 ze ZŠ Nerudova. Výzkum jsem zaměřil na žáky devátých tříd, kteří měli již v době dotazníkového šetření podané přihlášky na střední školy, gymnázia či odborná učeliště. Pro přehlednost se budu zabývat rozбором jedné otázky po druhé. Nakonec doplním text tabulkou s absolutní a relativní četností odpovědí a grafy s relativní četností pro lepší možnost porovnání mezi jednotlivými školami.

4.1.1 1. otázka: Budete po absolvování této školy pokračovat v dalším studiu?

Cílem této otázky bylo přefiltrovat žáky na ty, kteří budou pokračovat v dalším studiu a na ty, kteří se studiem končí. Pravdou je, že ze základních škol obecně drtivá většina ve studiu pokračuje, což se ve výzkumu potvrdilo. Všech 162 respondentů odpovědělo, že ve svém vzdělávání nadále nepřestanou.



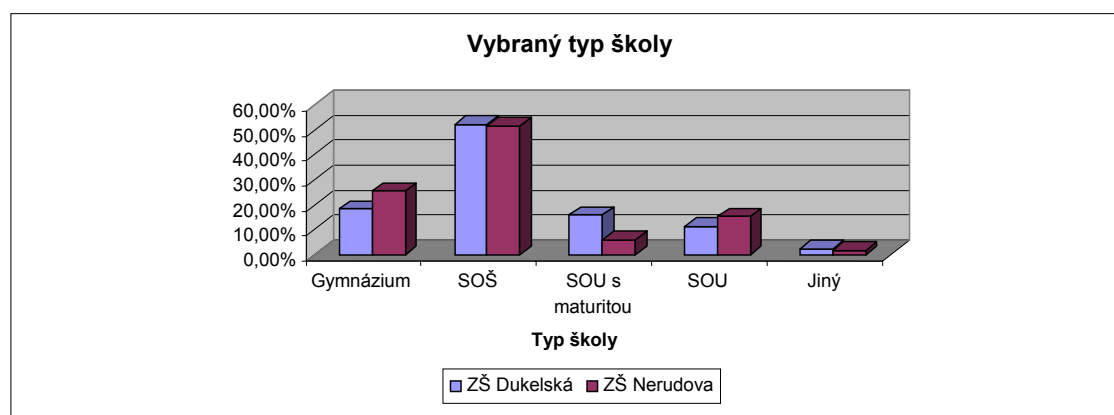
Graf č. 1: Procentuelní podíl žáků, kteří budou pokračovat ve svém vzdělávání

4.1.2 2. otázka: Pokud budete pokračovat v dalším studiu, jaký typ školy to bude?

Druhá otázka výzkumu se týkala typu školy, na které si žáci přejí dále studovat. Výsledky ukázaly, že přes padesát procent žáků každé školy bude pokračovat ve studiu na střední odborné škole. Druhou nejčastěji volenou variantou na obou školách bylo studium na gymnáziu. Tento typ školy si vybralo přibližně 18% dotazovaných ze ZŠ Dukelská a 25% žáků ze ZŠ Nerudova. Pokud bychom uvažovali o odborných učelištích s maturitou a bez ní jako o odlišných institucích, pak by menší zájem projevil žáci o studium na obou těchto typech školy. Poslední možnost „jiný typ studia“ byla v otázce uvedena ze dvou důvodů: měla zahrnout méně čtenější odpovědi a zároveň fungovala jako pojistka, kdybychom ve výčtu typů škol na nějaký zapomněli. V dotazníkovém šetření na základních školách tuto variantu vybrali celkem tři žáci, kteří uvedli, že se jejich následující studium uskuteční na lyceu.

Možnost	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova	Celkem	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova
Gymnázium	8	30	38	18,18%	25,42%
SOŠ	23	61	84	52,27%	51,69%
SOU s maturitou	7	7	14	15,91%	5,93%
SOU	5	18	23	11,36%	15,25%
Jiný (lyceum)	1	2	3	2,27%	1,69%
Celkem	44	118	162		

Tabulka č. 3: Absolutní a relativní četnost typu školy, na které budou žáci pokračovat ve studiu.



Graf č. 2: Relativní četnost typu školy, na které budou žáci pokračovat ve studiu.

4.1.3 3. otázka: Jak jsi se dozvěděl(a) o škole, na kterou si přeješ jít?

Ve třetí otázce dotazníku jsem se zaměřil na způsob, jakým se žáci dozvěděli o škole, na které by si přáli studovat. V této otázce mohli žáci vybírat více možností, proto musím podotknout, že relativní četnost variant v tabulce či grafu vychází z celkového počtu odpovědí. Nejčastěji vybranou možností byly informace od vlastního okolí žáků – od jejich rodičů, popř. kamarádů. Takovou možnost tvořilo necelých 59% z celkových odpovědí respondentů ZŠ Dukelská a 65% odpovědí žáků ZŠ Nerudova. Další způsob, jakým se žáci nejčastěji dozvěděli o škole, byla návštěva výstavy se středoškolskou tematikou. Podle výzkumu se o vybrané škole na takovéto výstavě dozvědělo přibližně 14% dotazovaných ze ZŠ Dukelská a 17% ze ZŠ Nerudova. Okolo 12% žáků z každé ze základních škol se o následující škole dozvědělo prostřednictvím internetu. Z ostatních způsobů bych mohl zmínit ještě celkem vysokou relativní četnost na základní škole Dukelská (7,14%), kde žáky ovlivnili pracovníci středních škol, kteří zřejmě dostali prostor k propagaci jejich zaměstnavatelů či klientů.

Možnost	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova	Celkem	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova
Náborem zástupci středních škol na naší ZŠ	4	3	7	7,14%	2,21%
Od výchovného poradce	2	2	4	3,57%	1,47%
Výstava se středoškolskou tematikou	8	23	31	14,29%	16,91%
Od mého okolí (např. rodiče, kamarádi,..)	33	88	121	58,93%	64,71%
Z internetu	7	16	23	12,50%	11,76%
Jinak	2	4	6	3,57%	2,94%
Celkem	56	136	192		

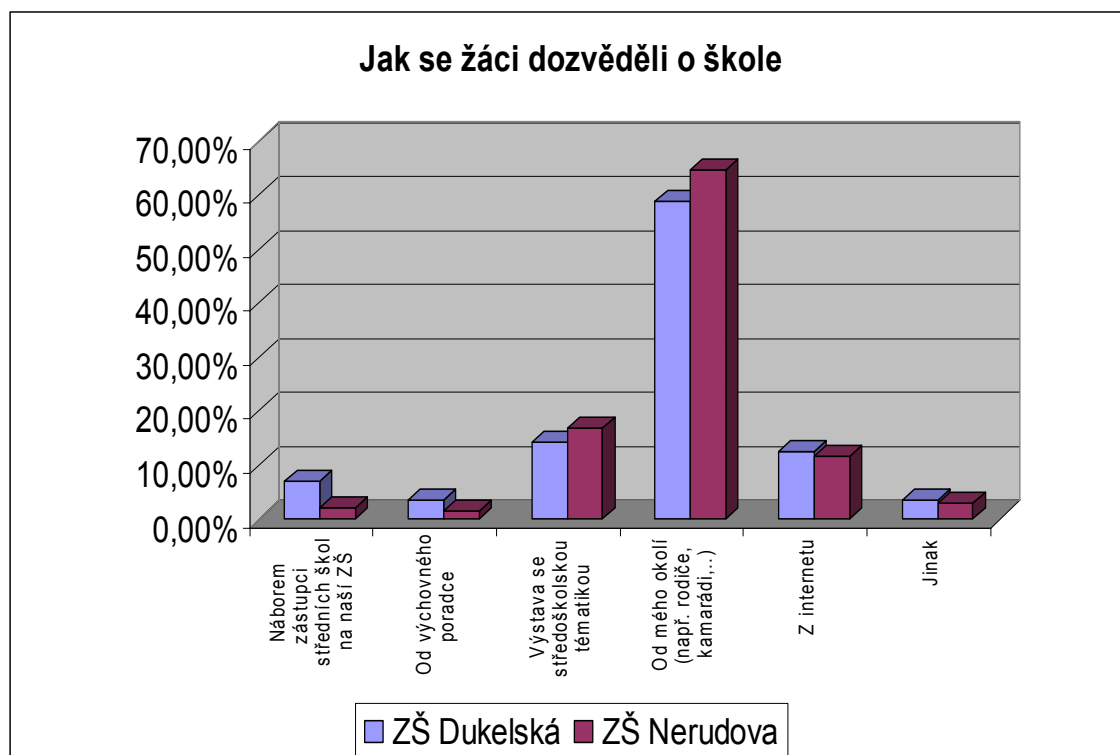
Tabulka č. 4: Absolutní a relativní četnost způsobu, jakým se žáci o škole dozvěděli.

Závěrem bych mohl ještě říci, že tato otázka prokázala vliv okolí (dá se mluvit i o veřejném mínění) na žakovu volbu školy. Zdá se to být docela logické. Když někdo ví o škole, která je na úrovni a má některé konkurenční výhody oproti ostatním školám,

šíří tuto informaci dále. Stejně je tomu naopak, když známe negativní stránky školy. Ty se oproti těm pozitivním rozšiřují mezi veřejností ještě rychleji.

Pozornost by se měla věnovat i výstavám se středoškolskou tematikou. Zde na první pohled především rozhoduje vystupování pověřených osob ze středních škol a vzhled stánku, který školu reprezentuje. Samozřejmě je důležité i zaměření školy, které by mělo být prezentováno pomocí osobní komunikace a velice dobře graficky provedených letáků. Tyto prvotní faktory mohou zaujmout návštěvníky, kteří jsou pak přístupnější dalším informacím o škole.

Poslední, co bych chtěl více rozebrat v této otázce, jsou internetové stránky školy. Ty poslední dobou nabývají stále větší důležitosti. Vývoj technologií zde dává téměř nekonečné možnosti prezentace školy a předání důležitých informací o jejích studijních programech. Doby, kdy žáci základních škol neměli přístup k internetu a ani potřebné znalosti orientace v něm, jsou již dávno pryč. Webové stránky školy by měli být především srozumitelné a je potřeba, aby jejich tvůrci pamatovali na jednoduchou orientaci v nich.



Graf č. 3: Relativní četnost způsobu, jakým se žáci o škole dozvěděli

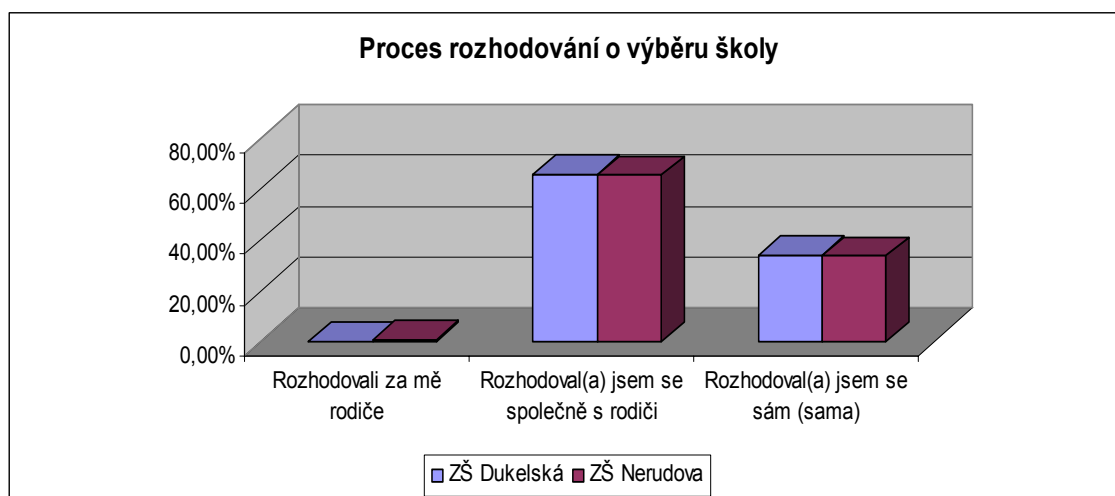
4.1.4 4. otázka: Proces rozhodování o výběru školy

Úkolem čtvrté otázky dotazníku bylo monitorovat, jak velký vliv mají rodiče na rozhodování žáků základních škol. Žáci byli dotázáni, zda výběr školy konzultovali s rodiči nebo jestli za ně školu vybírali rodiče sami.

Jak se dalo předpokládat, rodiče žákům nenakazovali, kterou školu si mají vybrat. Takovou možnost si vybral pouze jeden respondent ze ZŠ Nerudova. Z výsledků můžeme vyvodit, že rodiče při výběru nechávají prostor svým dětem, ale jejich volbu s nimi konzultují. S rodiči se společně rozhodovalo okolo 66% respondentů z každé školy. Přibližně třetina dotazovaných ze ZŠ Dukelská i ZŠ Nerudova uvedla, že následující školu si vybrali sami bez rodičů.

Možnost	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova	Celkem	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova
Rozhodovali za mě rodiče	0	1	1	0,00%	0,86%
Rozhodoval(a) jsem se společně s rodiči	29	76	105	65,91%	65,52%
Rozhodoval(a) jsem se sám (sama)	15	39	54	34,09%	33,62%
Celkem	44	116	160		

Tabulka č. 5: Absolutní a relativní četnost vlivu rodičů na rozhodování žáků o volbě další školy



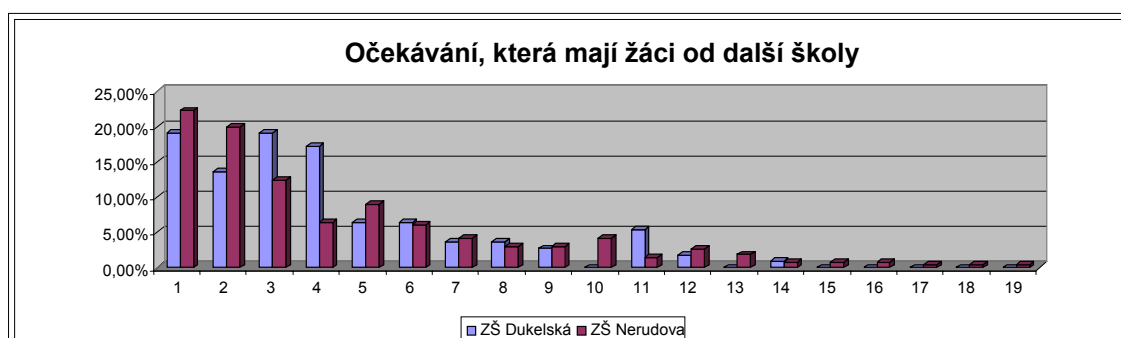
Graf č. 4: Relativní četnost vlivu rodičů na rozhodování žáků o volbě další školy

4.1.5 5. otázka: Co očekávají žáci od další školy?

Tato otázka byla položena žákům jako otevřená. Žáci mohli napsat jakékoliv očekávání, které jim podle jejich názoru škola přinese. Odpovědi byly rozděleny do různých škál podle jejich podstaty nebo významu. Předpokládal jsem, že tato forma otázky může přinést nějaký zajímavý nápad, který by se dal více rozvést. Nakonec se však nic zásadně nového neprojevovalo, a tak můžu zmínit jen nejčastěji napsaná očekávání.

Nejčastěji uvedeným očekáváním se stala příprava na vysokou školu, vyšší úroveň a náročnost studia. Do této škály bylo zařazeno 19% odpovědí ze ZŠ Dukelská a přibližně 22% ze ZŠ Nerudova. Dále následovaly nové znalosti, informace, získání vzdělání a zkušeností (u ZŠ Nerudova 20% z celkových odpovědí). Skoro celou pětinu odpovědí na ZŠ Dukelská tvořily odpovědi typu „lepší kolektiv, noví přátelé a kamarádi“ a podobné procento odpovědí z této školy se týkalo i přípravy do práce a života. Žáci také všeobecně očekávají lepší zázemí a vybavení školy, příjemnější prostředí než na základní škole. Za zmínku ještě stojí 11 odpovědí ze ZŠ Nerudova, kde žáci uvedli, že na další škole očekávají toleranci, laskavost, ochotu a vůbec dospělejší chování. Z vyhodnocovaných dotazníků předpokládám, že to bude spíše od spolužáků než od pedagogického sboru.

Následující graf ukazuje relativní četnost očekávání, o kterých jsem mluvil výše. Pro lepší orientaci v grafu využijte popisných čísel v tabulce na následující straně.



Graf č. 5: Relativní četnost očekávání, která mají žáci od další školy (popisná čísla ke grafu naleznete na následující straně)

Popisné číslo v grafu	Očekávání	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova	Celkem	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova
1	Příprava na VŠ, vyšší úroveň a náročnost studia	21	59	80	19,09%	22,26%
2	Znalosti, nové informace, vzdělání, zkušenosti	15	53	68	13,64%	20,00%
3	Lepší kolektiv, přátelé	21	33	54	19,09%	12,45%
4	Příprava do práce či života	19	17	36	17,27%	6,42%
5	Lepší vybavení školy, příjemné prostředí, zázemí	7	24	31	6,36%	9,06%
6	Lepší úroveň pedagogického sboru	7	16	23	6,36%	6,04%
7	Obor, který mě bude bavit	4	11	15	3,64%	4,15%
8	Jazyky, zahraniční pobyty	4	8	12	3,64%	3,02%
9	Praxe	3	8	11	2,73%	3,02%
10	Tolerance, laskavost, ochota, dospělejší chování	0	11	11	0,00%	4,15%
11	Maturita	6	4	10	5,45%	1,51%
12	Zábava, sport, různé výlety a akce	2	7	9	1,82%	2,64%
13	Dobré stravování	0	5	5	0,00%	1,89%
14	Dobré známky	1	2	3	0,91%	0,75%
15	Samostatnost, volnost	0	2	2	0,00%	0,75%
16	Osvědčení o obsluze strojů, ŘP	0	2	2	0,00%	0,75%
17	Méně stresu	0	1	1	0,00%	0,38%
18	Větší možnost projevu	0	1	1	0,00%	0,38%
19	Dobrá dostupnost školy	0	1	1	0,00%	0,38%
	Celkem	110	265	375		

Tabulka č. 6: Absolutní a relativní četnosti očekávání žáků od další školy

4.1.6 6. otázka: Faktory, které mohly ovlivnit výběr školy, kam se žák hlásí

Šestá otázka se týkala faktorů či možností školy, které mohly nějakým způsobem ovlivnit výběr školy. Z nabízených možností školy se žáci nejvíce zajímali o možnost cestování a výletů ať už v České republice nebo do zahraničí. Takové možnosti by uvítalo nejvíc žáků, kteří toto tvrzení podpořili asi 27% z celkových odpovědí na ZŠ Dukelská a celými 36% z odpovědí na ZŠ Nerudova. Druhým největším lákadlem pro žáky základních škol se stala vybavenost počítačových učeben. To může být způsobeno skutečností, že nemalý počet domácností má novější počítač než jaké jsou

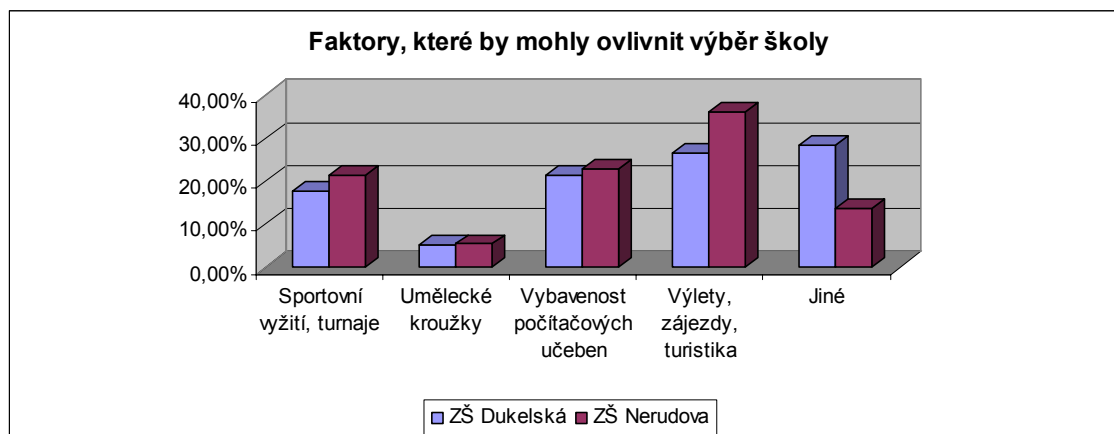
na většině základních škol. Bohužel s tímto faktem lze jen těžko něco udělat, neboť prostředky na správu a rozvoj škol jsou velice omezené.

Na druhou stranu s třetí nejčtenější odpovědí – sportovním vyžitím a turnaji – může škola získat zajímavou konkurenční výhodu. Každý z nás se jistě setkal se sportovními utkáními a turnaji základních škol, které byly pořádány na některé z nich. Myslím, že pokud by takové turnaje pořádala střední škola pro vzdělávací instituce o úroveň níže, rozhodně by tato akce zvýšila povědomí o této škole tím správným směrem. Náklady spojené s podobnou akcí nemusí být vůbec vysoké. Prostor i vybavení škola vlastní, stačí jen mezi zaměstnanci najít člověka, který by se staral o organizaci a komunikaci se zúčastněnými školami.

Následující tabulka a graf ukazují, jak se k otázce vyjádřili sami žáci:

Možnost	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova	Celkem	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova
Sportovní vyžití, turnaje	10	28	38	17,86%	21,54%
Umělecké kroužky	3	7	10	5,36%	5,38%
Vybavenost počítačových učeben	12	30	42	21,43%	23,08%
Výlety, zájezdy, turistika	15	47	62	26,79%	36,15%
Jiné	16	18	34	28,57%	13,85%
Celkem	56	130	186		

Tabulka č. 7: Absolutní a relativní četnost faktorů, které by mohly ovlivnit výběr školy



Graf č. 6: Relativní četnost faktorů, které mohly ovlivnit výběr školy

Celkem 34 žáků z obou škol uvedlo v otázce č. 6 možnost jiné, kde mohli svými slovy přesně vyjádřit jaké faktory by mohly ovlivnit jejich výběr střední školy, gymnázia či učeliště. Tyto faktory jsou uvedeny v následující tabulce i s jejich absolutní a relativní četností.

Možnosti	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova	Celkem	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova
Specializace školy	3	5	8	18,75%	27,78%
Způsob a kvalita výuky, dobrá příprava na VŠ	4	2	6	25,00%	11,11%
Uplatnění po škole, příprava na pracovní život	3	3	6	18,75%	16,67%
Zařízení a vybavení školy	1	2	3	6,25%	11,11%
Praxe	2	1	3	12,50%	5,56%
Akce školy	2	1	3	12,50%	5,56%
Jazyky, zahraniční pobyty	1	0	1	6,25%	0,00%
Přístup kantorů	0	1	1	0,00%	5,56%
Možnost získání ŘP	0	1	1	0,00%	5,56%
Volnější rozvrh	0	1	1	0,00%	5,56%
Největší šance přijetí	0	1	1	0,00%	5,56%
Celkem	16	18	34		

Tabulka č. 8: Absolutní a relativní četnost dalších faktorů, které by mohly ovlivnit výběr školy (relativní četnost počítána z počtu odpovědí uvedených pod možností „jiné“ v tabulce č.7)

4.1.7 7. otázka: Hodnocení internetových stránek školy, na které žáci v současné době studují

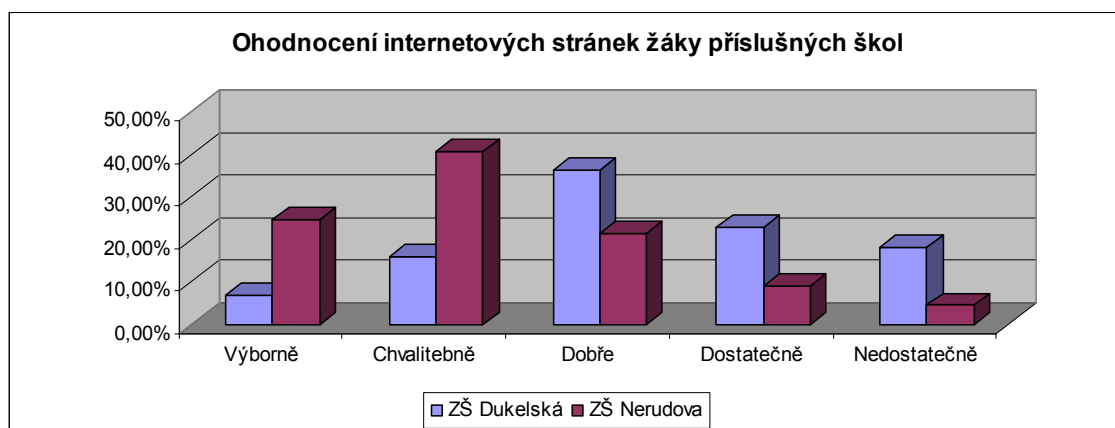
Předposlední otázka dotazníku měla zjistit, jakou známkou by samotní žáci ohodnotili internetové stránky školy, na které v současné době studují. Tato otázka byla zařazena proto, že současní žáci základních škol již většinou mají dostatečné zkušenosti s internetem a jejich hodnocení má podle mého názoru nemalou váhu. Žáci dostali možnost ohodnotit stránky stupnicí, jakou jsou hodnoceni oni sami ve škole.

Na základní škole v Dukelské ulici dopadlo hodnocení o něco hůře než na ZŠ Nerudova. Pro lepší představu – na ZŠ Dukelská se vážený průměr hodnocení vyskytuje okolo 3,30, což odpovídá hodnocení dobře minus, kdežto ZŠ Nerudova má hodnocení o celý stupeň lepší – přibližně 2,27 – tedy chvalitebně minus na pomyslné stupnici.

V následující tabulce a grafu naleznete absolutní a relativní četnosti hodnocení stránek školy žáky, kteří je navštěvují.

Možnost	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova	Celkem	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova
Výborně	3	28	31	6,82%	24,78%
Chvalitebně	7	46	53	15,91%	40,71%
Dobře	16	24	40	36,36%	21,24%
Dostatečně	10	10	20	22,73%	8,85%
Nedostatečně	8	5	13	18,18%	4,42%
Celkem	44	113	157		

Tabulka č. 9: Absolutní a relativní četnost hodnocení internetových stránek



Graf č. 7: Relativní četnost hodnocení internetových stránek

4.1.8 8. otázka: Celková spokojenost na škole, kterou žáci v současné době ještě navštěvují

Poslední otázka byla položena z následujícího důvodu: zpětná vazba, kterou celkové hodnocení spokojenosti poskytuje, může poukázat na některé nedostatky, co žákům na škole chybí. Bohužel, tento dotazník se spíše zaměřuje na faktory ovlivňující výběr další školy. Kdybychom chtěli rozebírat, proč jsou žáci (ne)spokojeni na té či oné škole, potřebovali bychom udělat nové dotazníkové šetření zaměřené na jednotlivé součásti školy či studijního programu, se kterými žák přichází denně do styku.

Po žácích jsem požadoval, aby svou spokojenost na stávající škole vyjádřili počtem procent. Pro lepší pochopení bylo uvedeno, že 0% znamená úplnou nespokojenost, 100% naopak naprostou spokojenost se školou. Na základní škole Dukelská se vážený průměr hodnocení pohyboval okolo **57,7%** což bylo způsobeno velkou kumulací hodnocení mezi 66% až 80% spokojeností, která vyvážila 10 odpovědí v rozmezí 46% až 50% spokojeností. Na ZŠ Nerudova skončilo hodnocení samotnými žáky o mnoho lépe. Vážený průměr spokojenosti v této škole byl přibližně **74,5%**. Toto velice uspokojivé procento bylo způsobeno hodnocením asi 68% všech dotazovaných žáků, kteří svou spokojenost vyjádřili v rozmezí 76% až 100%. Už jen pro zajímavost uvedeme, že na této škole se spokojenost celých 22 žáků objevila ve škále 96% až 100%. Když uvážíme relativní poměr těchto žáků z celkových dotazovaných na ZŠ Nerudova, což je necelá pětina, ukazují čísla na velice solidní spokojenost žáků se stávající školou.

	ZŠ Dukelská	ZŠ Nerudova
Vážený průměr všech hodnocení spokojenosti	57,73%	74,45%

Tabulka č. 10: Celková spokojenost žáků na škole

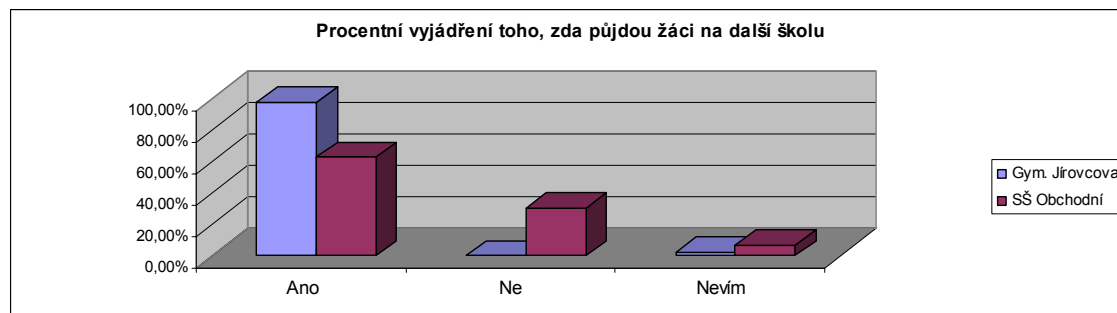
4.2 Výzkum na středních školách

Dotazníkové šetření na úrovni středních škol bylo provedeno na Gymnáziu v Jírovcově ulici a Střední škole obchodní v Husově ulici. Celkově bylo dotazováno 123 studentů těchto škol – 80 studentů gymnázia a 43 studentů obchodní školy. Respondenty byli žáci končících ročníků, kterým byly pokládány otázky týkající se faktorů ovlivňujících výběr další školy. V přílohách si můžete všimnout podoby dotazníků pro základní i střední školy. Není tomu náhodou, podobnost je záměrná z důvodu snadnějšího porovnání výsledků průzkumu na jednotlivých stupních škol.

4.2.1 1. otázka: Budete po absolvování této školy pokračovat v dalším studiu?

První otázka plnila opět účel filtru. Jejím úkolem bylo vyřadit studenty, kteří už o další studium nestojí nebo si ho z finančních či jiných důvodů nemůžou dovolit. Tito studenti tak odpovídali už jen na poslední dvě otázky – sedmou a osmou.

Na Gymnáziu v Jírovcově ulici mají studenti celkem jasnou představu, 78 respondentů z 80 uvedlo, že budou pokračovat ve studiu. Zbylí dva studenti si ještě nejsou jisti. Tato drtivá většina je samozřejmě způsobena faktem, že studijní programy gymnázií jsou velice rozsáhlé, ale na druhou stranu méně odborné než na klasických středních školách. Gymnázia jsou veřejností vnímána jako příprava na vysokou školu, proto nás zajímalo také mínění této specifické skupiny studentů. Na Střední škole obchodní se bude necelých 63% respondentů vzdělávat dále, přes 30% se vzděláním prozatím končí. Zbýlých 7% si v této době ještě není jisto.



Graf č. 8: Relativní četnost odpovědí, zda budou studenti nadále pokračovat ve studiu

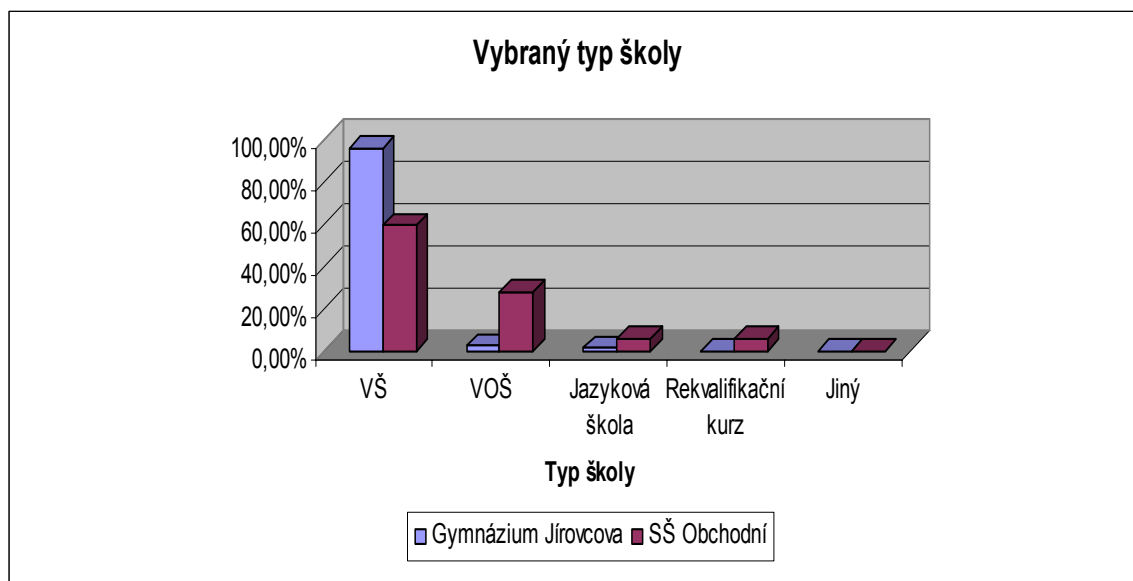
4.2.2 2. otázka: Typ školy, na které budou studenti pokračovat ve studiu

Studenti gymnázia se vyjádřili téměř jednohlasně. Drtivá většina si přeje studovat na vysoké škole, což jen potvrdilo účel gymnázií – všeobecnou či oborově zaměřenou přípravu na vysoké školy. Další dva respondenti si podali přihlášku na vyšší odborné školy a jeden půjde na jazykovou školu.

U respondentů ze SŠO byly odpovědi rozmanitější. Necelých 60% dotazovaných si přeje studovat na vysoké škole, 28% zvolilo vyšší odborné školy, dva respondenti si vybrali jazykovou školu a stejný počet rekvalifikační kurz.

Možnost	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní	Celkem	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní
VŠ	77	19	96	96,25%	59,38%
VOŠ	2	9	11	2,50%	28,13%
Jazyková škola	1	2	3	1,25%	6,25%
Rekvalifikační kurz	0	2	2	0,00%	6,25%
Jiný	0	0	0	0,00%	0,00%
Celkem	80	32	112		

Tabulka č. 11: Absolutní a relativní četnost typu škol, kde se studenti chtějí dále vzdělávat



Graf č. 9: Relativní četnost vybraného typu škol

4.2.3 3. otázka: Způsob, jakým se studenti dozvěděli o škole, kterou si přejí navštěvovat

Odpovědi na tuto otázku opět potvrdily velký vliv okolí na jedince. O něco více než 42% z celkových odpovědí z gymnázia Jírovcova a 37,5% ze Střední školy obchodní ukázalo, že studenti se nejčastěji o vybrané škole dozvěděli od svého okolí.

Vyšší kontakt studentů s internetem a větší dovednosti při hledání dat pomohly poměrně velké skupině studentů k získání prvotních informací o vzdělávacích institucích. Tento způsob tvořil čtvrtinu ze všech odpovědí na gymnáziu a přes 40% ze SŠO. Po srovnání s relativní četností internetu jako zdroje informací pro žáky základních škol (obě okolo 12%), lze vyvodit jeden jediný závěr – instituce, které navazují na střední školy by se měly na svých internetových stránkách snažit nejenom informovat stávající studenty, ale i zaujmout studenty středních škol. Například vysoké školy by na své weby mohly umístit online dotazníky, které by pomocí filtrů z odpovědí dokázaly automaticky nabídnout obory, které se týkají studentových zájmů a dovedností. Takový systém by ovšem potřeboval pomoc jak ze strany odborníků na informační technologie, tak ze strany psychologů a psychologických poradců.

Možnost	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní	Celkem	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní
Náborem zástupci vysokých škol na naší střední škole	5	2	7	4,67%	6,25%
Od výchovného poradce	1	1	2	0,93%	3,13%
Výstava s vysokoškolskou tematikou	10	0	10	9,35%	0,00%
Od mého okolí (např. rodiče, kamarádi,...)	45	12	57	42,06%	37,50%
Z internetu	27	13	40	25,23%	40,63%
Jinak	19	4	23	17,76%	12,50%
Celkem	107	32	139		

Tabulka č. 12: Absolutní a relativní četnosti způsobů, jakými se studenti dozvěděli o následující škole (relativní četnost byla počítána z celkových odpovědí)



Graf č. 10: Relativní četnosti způsobů, jakými se studenti dozvěděli o následující škole

Ke konci rozboru této otázky bych se pozastavil u poslední možnosti odpovědi. Dohromady 23 respondentů z celkového šetření uvedlo, že se o následující škole dozvěděli jiným způsobem, než který byl v této otázce nabídnut.

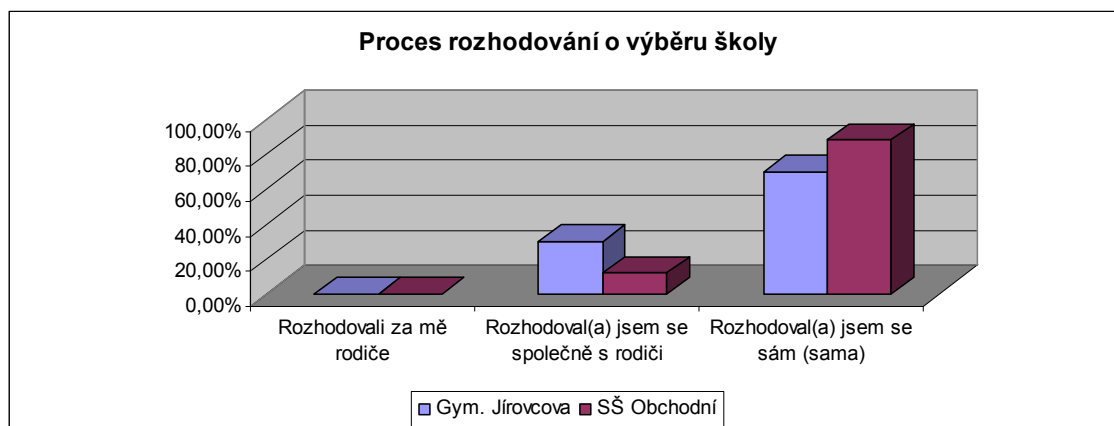
Zde musím lehce zkritizovat neúplnou nabídku způsobů v dotazníku, jakými si žáci získávají informace o vysokých školách. Chyběla možnost učitelských novin s nabídkou otevřených oborů na jednotlivých vysokých školách, které jsou na středních vzdělávacích institucích častou pomůckou pro výběr navazující školy. Nicméně poslední možnost odpovědi „jinak“ splnila doplňující funkci a učitelské noviny se tak do hodnocení stejně dostaly. Získání prvotních informací z učitelských novin zvolilo 15 dotazovaných z výše uvedených 23 respondentů, kteří se o škole dozvěděli jiným způsobem. Za zmínku stojí i dvě odpovědi žáků, kteří se vydali na den otevřených dveří některé z vysokých škol.

4.2.4 4. otázka: Proces rozhodování o výběru školy

Čtvrtá otázka se zabývala vlivem rodičů na volbě školy, kde chce student pokračovat ve studiu. Stejná otázka se vyskytovala i v dotazníku pro ZŠ a tak je možné porovnat, jakým způsobem se vyvíjí tento vliv společně s věkem dotazovaných. Zatímco studenti základních škol, kteří si vybrali střední školu sami, činí v obou základních školách přibližně třetinu dotazovaných, o dalším studiu po střední škole se samo rozhodovalo 70% respondentů gymnázia a necelých 88% studentů Střední školy obchodní. Zbytek dotazovaných uvedl, že výběr vysoké či vyšší odborné školy konzultoval s rodiči.

Možnost	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní	Celkem	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní
Rozhodovali za mě rodiče	0	0	0	0,00%	0,00%
Rozhodoval(a) jsem se společně s rodiči	23	4	27	29,87%	12,12%
Rozhodoval(a) jsem se sám (sama)	54	29	83	70,13%	87,88%
Celkem	77	33	110		

Tabulka č. 13: Absolutní a relativní četnost vlivu rodičů na studentovu volbu školy



Graf č. 11: Relativní četnost vlivu rodičů na studentovu volbu školy

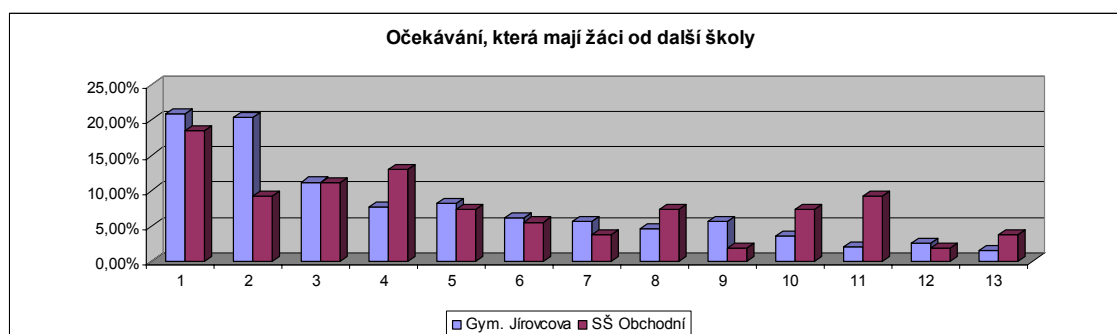
4.2.5 5. otázka: Co očekávají žáci od další školy?

V této otevřené otázce měli respondenti vyjádřit, co očekávají od studia na další škole. Jelikož očekávání mohou být různorodá, znovu jsem je rozčlenil do skupin, které jsou si podobné nebo mají stejnou podstatu. Přehled všech skupin najdete na následující straně, v levém sloupci tabulky č.12 naleznete popisná čísla pro snadnější orientaci v grafu.

Na prvním místě v pomyslném žebříčku se umístila specializace, vzdělání a získání nových znalostí a informací. Tato očekávání tvořila skoro 21% z celkových odpovědí na gymnáziu Jírovce a 18,5% z odpovědí na Střední škole obchodní.

I v očekávání se projevuje věk respondentů. Studenti už především začínají více myslet na budoucnost a přípravu na zapojení do pracovního procesu. To se projevilo posunem této skupiny očekávání ze čtvrtého místa z výzkumu na ZŠ na druhé místo ve výzkumu na středních školách. Musím však upozornit, že tak velkou váhu způsobila očekávání respondentů z gymnázia, kde se na rozdíl od střední školy Obchodní probírá výuka hlavně na teoretické úrovni.

Dalším nejčtenějším očekáváním od další školy se stali noví přátelé, dobrý kolektiv a zároveň nové kontakty, ať už se spolužáky nebo lidmi, kteří se vyskytují na vysokoškolské půdě. Takovou skupinu očekávání tvořilo na každé ze škol přibližně 11% z celkových odpovědí na tuto otázku.



Graf č. 12: Relativní četnost očekávání, která mají žáci od další školy (popisná čísla ke grafu naleznete v tabulce č.14 na následující straně)

Dále jen zmíním některá očekávání, která stojí za povšimnutí. Téměř celých 13% odpovědí ze Střední školy obchodní se týkalo příjemného prostředí školy, jejího vybavení a zázemí. To znovu svědčí o důležitosti vztahů s veřejností, protože i tyto faktory svědčí o úrovni školy. Okolo 8% z celkových odpovědí na obou školách značí, že respondenti očekávají získání titulu, ale za cenu náročného studia. Méně četnější odpovědi jsou uvedeny dále v tabulce č.14:

Popisné číslo v grafu	Očekávání	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní	Celkem	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní
1	Specializace, vzdělání, znalosti, informace	41	10	51	20,92%	18,52%
2	Uplatnění po škole, příprava na práci a život	40	5	45	20,41%	9,26%
3	Noví přátelé a kontakty, dobrý kolektiv	22	6	28	11,22%	11,11%
4	Příjemné prostředí školy, vybavení a zázemí školy,	15	7	22	7,65%	12,96%
5	Titul, náročné studium	16	4	20	8,16%	7,41%
6	Jazyky, možnost zahraničního studia	12	3	15	6,12%	5,56%
7	Kvalita a úroveň výuky, vzdělání	11	2	13	5,61%	3,70%
8	Výběr předmětů, zajímavé studium	9	4	13	4,59%	7,41%
9	Osamostatnění, volnost, svoboda	11	1	12	5,61%	1,85%
10	Úroveň a jednání pedagogického sboru	7	4	11	3,57%	7,41%
11	Dobré zaměstnání, lepší výdělek po škole	4	5	9	2,04%	9,26%
12	Praxe, práce v rámci školy	5	1	6	2,55%	1,85%
13	Nejlepší roky života, prostor pro realizaci snů, volnější rozvrh, oddálení nástupu do práce	3	2	5	1,53%	3,70%
Celkem		196	54	250		

Tabulka č. 14: Absolutní a relativní četnosti očekávání žáků od další školy

4.2.6 6. otázka: Faktory, které mohly ovlivnit výběr školy, kam se žák hlásí

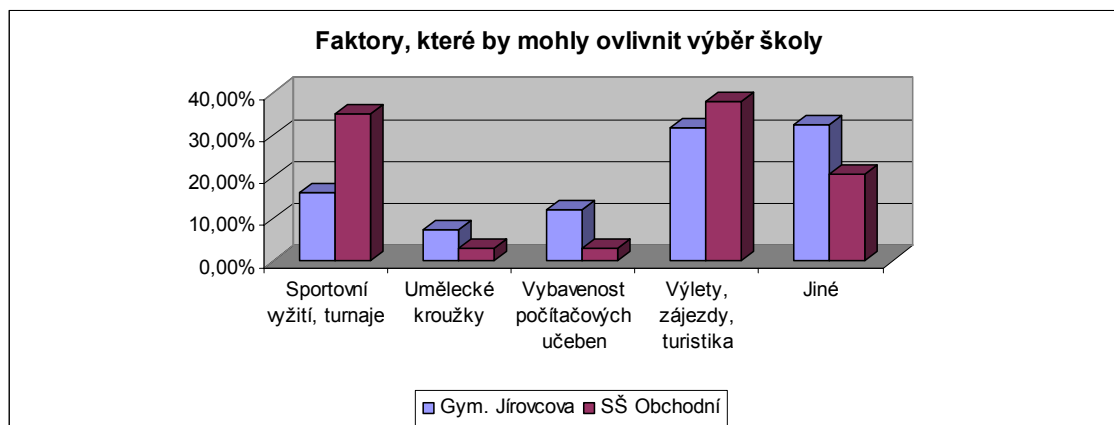
Největší relativní četností se opět prokázala možnost výletů a zájezdů. Ta se pohybovala okolo 32% z celkových odpovědí na gymnázium v Jírovcově ulici a 38% z odpovědí na SŠO. Vysoká škola cestování umožňuje, ať už jde o studium v zahraničí nebo odborné stáže. K propagaci a zvýšení povědomí o těchto možnostech by byla nejvhodnější osobní komunikace při návštěvách středních škol a gymnázií, kde by určený zaměstnanec podal základní informace o využívání projektu Erasmus a uvedl destinace, kam student pomocí tohoto programu může vycestovat.

Druhou nejčastější odpovědí byla volba „jiné“, kde studenti mohli sami svými slovy vyjádřit možnosti, které by případně ovlivnily jejich výběr školy. Jejich seznam i s jejich relativními hodnotami najdete v přehledné tabulce č.16 na následující straně.

Podobně jako ve výzkumu na základních školách i na středních školách se studenti vyjádřili o sportovním vyžití a turnajích jako o možném faktoru výběru školy. Taková možnost tvořila 16% z odpovědí respondentů gymnázia a více než 35% odpovědí střední školy odborné. Ostatní z nabízených možností zaznamenaly úspěch už jen na gymnázium, kde studenti uvedli jako možný faktor ovlivnění vybavenost počítačových učeben - přibližně 12% celkových odpovědí a umělecké kroužky – asi 7% z celkových odpovědí.

Možnost	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní	Celkem	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní
Sportovní vyžití, turnaje	20	12	32	16,26%	35,29%
Umělecké kroužky	9	1	10	7,32%	2,94%
Vybavenost počítačových učeben	15	1	16	12,20%	2,94%
Výlety, zájezdy, turistika	39	13	52	31,71%	38,24%
Jiné	40	7	47	32,52%	20,59%
Celkem	123	34	157		

Tabulka č. 15: Absolutní a relativní počet faktorů, které by mohly ovlivnit výběr další školy



Graf č. 13: Relativní počet faktorů, které by mohly ovlivnit výběr další školy

Dohromady 47 dotazovaných studentů zvolilo v otázce číslo šest poslední možnost „jiné“. Následující tabulka č.16 udává, jaké faktory by mohli ovlivnit výběr vysoké či vyšší odborné školy. Faktory možného ovlivnění jsou seřazeny sestupně od nejvyšší celkové absolutní četnosti.

Možnosti	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní	Celkem	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní
Zaměření školy, uplatnění po škole	9	2	11	22,50%	28,57%
Jazyky, zahraniční pobyty	9	0	9	22,50%	0,00%
Zařízení a vybavení školy, prostředí	3	3	6	7,50%	42,86%
Odborná praxe, možnost brigád při studiu	5	1	6	12,50%	14,29%
Kvalita výuky, praktické semináře	5	0	5	12,50%	0,00%
Dostupnost, velikost a příležitosti města	5	0	5	12,50%	0,00%
Pověst školy, názory studentů	2	1	3	5,00%	14,29%
Osobnosti pedagogů, známá jména	1	0	1	2,50%	0,00%
Složitost přijímaček	1	0	1	2,50%	0,00%
Celkem	40	7	47		

Tabulka č. 16: Absolutní a relativní četnost dalších faktorů, které by mohly ovlivnit výběr školy (relativní četnost počítána z počtu odpovědí uvedených pod možností „jiné“ v tabulce č.15)

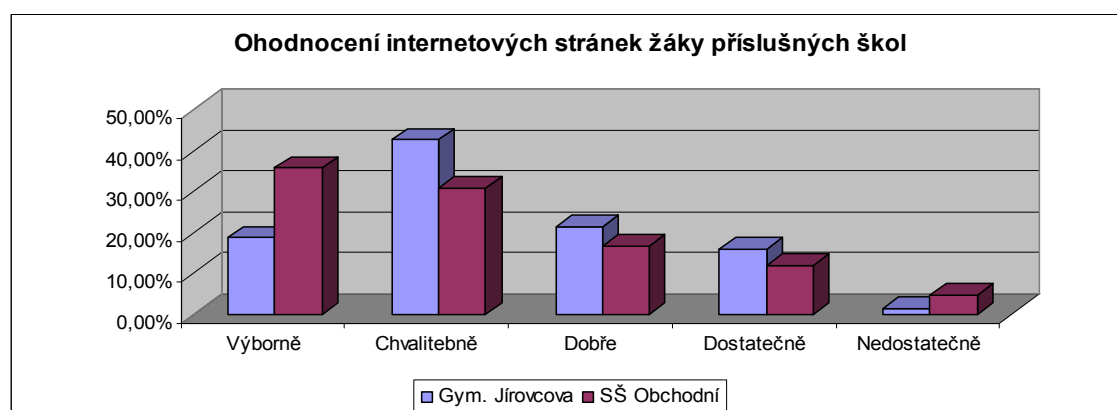
4.2.7 7. otázka: Hodnocení internetových stránek školy, na které žáci v současné době studují

Stejně jako u dotazníku pro devátý ročník základních škol, i v tomto studenti hodnotili úroveň internetových stránek své stávající školy. Stupnice hodnocení zůstala ve stejné podobě – výborně = 1, chvalitebně = 2, atd.

V tomto hodnocení dopadly obě školy podobně. Respondenti jsou celkově spíše spokojeni, svědčí o tom i celkové vážené průměry hodnocení na jednotlivých školách. Lepší známku od studentů by dostali tvůrci internetových stránek Střední školy obchodní, kde průměr činil přibližně 2,20. O něco málo horší známku by dostaly stránky gymnázia v Jírovcově ulici, kde se průměr hodnocení pohyboval okolo 2,40 – tedy chvalitebně minus.

Možnost	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní	Celkem	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní
Výborně	14	15	29	18,67%	35,71%
Chvalitebně	32	13	45	42,67%	30,95%
Dobře	16	7	23	21,33%	16,67%
Dostatečně	12	5	17	16,00%	11,90%
Nedostatečně	1	2	3	1,33%	4,76%
Celkem	75	42	117		

Tabulka č. 17: Absolutní a relativní počet hodnocení internetových stránek současné školy



Graf č. 14: Relativní počet hodnocení internetových stránek školy

4.2.8 8. otázka: Spokojenost studentů na stávající střední škole

Stejně jako u předchozího dotazníku jsem po studentech požadoval procentuelní hodnocení jejich spokojenosti na škole, kterou v současné době ještě navštěvují. Zpětná vazba, kterou tato otázka poskytuje již výše zmíněným školám je jen mírným ukazatelem spokojenosti celé školy – nebyli dotazováni všichni žáci.

Celková spokojenost je o něco vyšší než u žáků devátých tříd základní školy. Na gymnáziu v Jírovcově ulici hodnota spokojenosti vystoupla k **77,8%**, což bylo následkem vyšší kumulace hodnocení v rozmezí 76% – 100% spokojenosti. Na střední škole Obchodní byla hodnocení studentů tvrdší, ale přesto celkem uspokojivé – celkový průměr spokojenosti se pohyboval okolo **62,4%**. Snížení celkové průměrné spokojenosti přineslo několik hodnocení ve spodní části stupnice -12 ze 42 hodnocení respondentů, kteří na otázku odpověděli, se pohybovalo v rozmezí 0% - 50%.

	Gym. Jírovcova	SŠ Obchodní
Vážený průměr všech hodnocení spokojenosti	77,82%	62,38%

Tabulka č. 18: Celková spokojenost žáků na škole

4.3 Výzkum na Jihočeské univerzitě

Výzkum na úrovni vysokých škol byl proveden na Jihočeské univerzitě. Celkem bylo dotazováno 111 studentů – 53 studentů prvního ročníku na některé z fakult JČU a 58 studentů, kteří v tomto roce budou své studium zakončovat. Cílem tohoto rozvržení bylo zmonitorovat, jak se za dobu studia vyvinuly představy a očekávání, která studenti mají o VŠ. U končících ročníků také procentuelní splnění jejich očekávání, se kterými na VŠ nastoupili. Ale o tom až při rozboru jednotlivých otázek. Ty byly opět podobné těm v dotazníkovém šetření na základních a středních školách pro lepší porovnání. Dotazníky byly vyplněny v tištěné i elektronické podobě.

4.3.1 1. otázka: Způsob, jakým se studenti dozvěděli o vysoké škole, kterou navštěvují

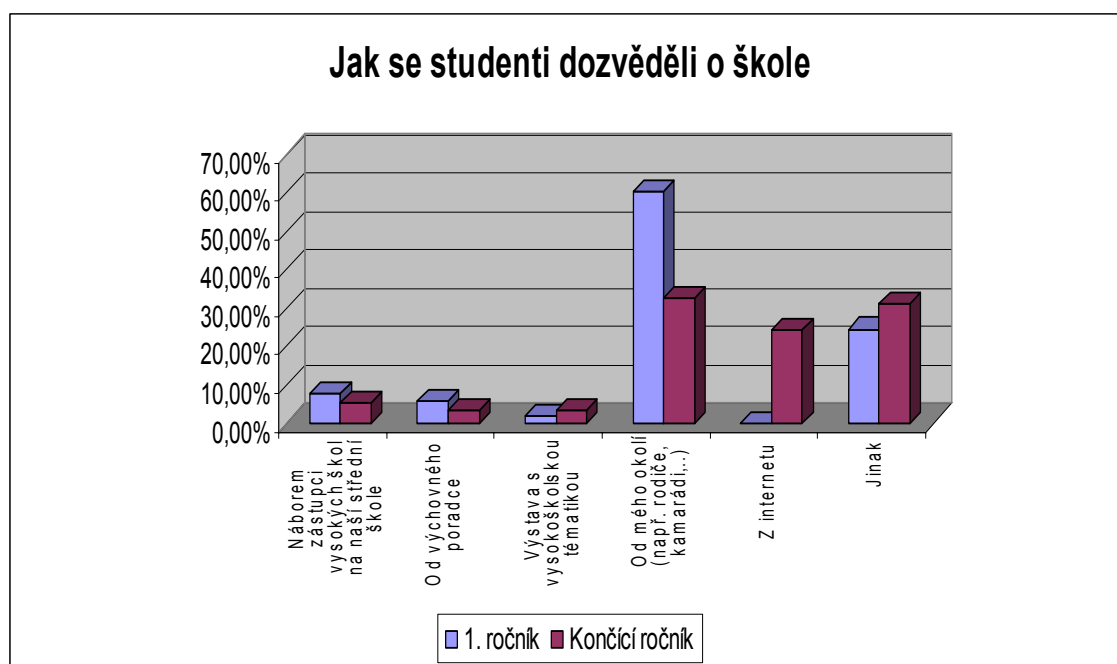
První otázka se zaměřila na způsob získání prvotních informací o vybrané vysoké škole. Podobně jako u základních i středních škol, i zde se projevil silný vliv blízkého okolí studentů. Tomu nasvědčuje celých 60% odpovědí prvních ročníků a necelých 33% z končících ročníků VŠ. Další nejvíce zmiňovanou variantou byl jiný způsob získání informací, kde se opět výrazně připomenuly Učitelské noviny. Ty uvedlo jako zdroj inormací 11 studentů prvních ročníků a 17 z posledního roku studia.

Možnost	1. ročník	Končící ročník	Celkem	1. ročník	Končící ročník
Náborem zástupci vysokých škol na naší střední škole	4	3	7	7,55%	5,17%
Od výchovného poradce	3	2	5	5,66%	3,45%
Výstava s vysokoškolskou tematikou	1	2	3	1,89%	3,45%
Od mého okolí (např. rodiče, kamarádi,..)	32	19	51	60,38%	32,76%
Z internetu	0	14	14	0,00%	24,14%
Jinak	13	18	31	24,53%	31,03%
Celkem	53	58	111		

Tabulka č. 19: Absolutní a relativní počet způsobů, jakými se studenti dozvěděli o navštěvované VŠ

Studenti navštěvující některý z prvních ročníků JČU kupodivu vůbec nevedli, že by informace získali na internetu. Přesto je jasné, že prezentace vysoké školy formou webových stránek je nutná. Tento názor podporuje i celá čtvrtina odpovědí končících ročníků.

Nakonec bych se mohl vyjádřit pár slovy k první možnosti otázky. Celkově sedm studentů VŠ uvedlo, že informace o vysoké škole, kterou navštěvují, získalo prostřednictvím zástupce vysoké školy. Tato forma prezentace může být účinná, ale propagující zaměstnanec musí mít velice dobrý přehled o všech akreditovaných oborech a možnostech studia a velmi vysokou úroveň osobní komunikace. Tímto způsobem by mohlo začínat představení vysoké školy potenciálním studentům, alespoň v jejím regionu působení.



Graf č. 15: Relativní četnost způsobů, jakými se studenti dozvěděli o navštěvované VŠ

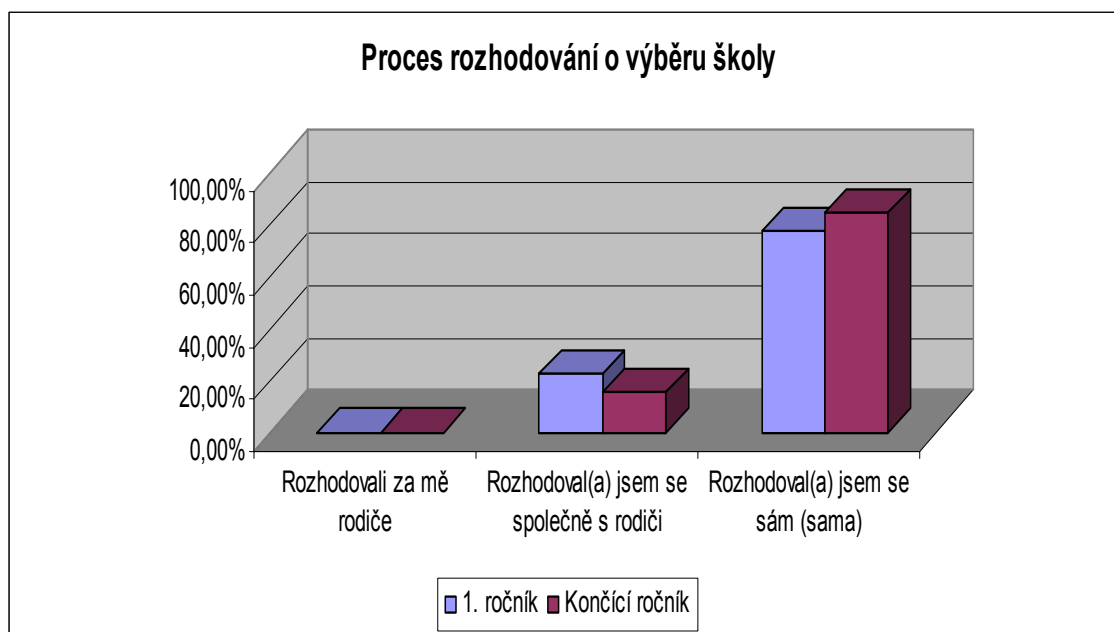
4.3.2 2. otázka: Proces rozhodování o výběru vysoké školy

Odpovědi na druhou otázku potvrdily zodpovědnost studentů za výběr vysoké školy. Přes 77% studentů prvního ročníku vysoké školy uvedlo, že si školu vybírali sami. Stejnou odpověď zvolilo necelých 85% studentů posledních ročníků.

Výsledky odpovědí na tuto otázku však neznamenají, že by se jakákoli propagace školy nemusela zaměřovat na specifickou skupinu rodičů. Ta, i když trochu více opomenuta, má pořád silný vliv na své potomky jakožto zdroj informací.

Možnost	1. ročník	Končící ročník	Celkem	1. ročník	Končící ročník
Rozhodovali za mě rodiče	0	0	0	0,00%	0,00%
Rozhodoval(a) jsem se společně s rodiči	12	9	21	22,64%	15,52%
Rozhodoval(a) jsem se sám (sama)	41	49	90	77,36%	84,48%
Celkem	53	58	111		

Tabulka č. 20: Absolutní a relativní četnost vlivu rodičů na studentovu volbu vysoké školy



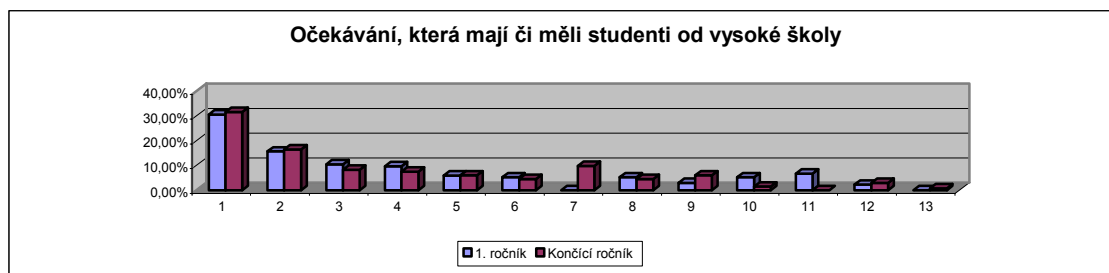
Graf č. 16: Relativní četnost vlivu rodičů na výběr vysoké školy

4.3.3 3. otázka: Očekávání, která mají studenti od vysoké školy a jejich procentuelní splnění u studentů končících ročníků

Ve třetí otázce byli studenti dotazováni, co očekávali od studia na vysoké škole. Otázka byla položena otevřeně, studenti se vyjádřili svými vlastními slovy. Odpovědi se podle významu a podstaty pak opět roztřídily do různých škál, kterých si můžete povšimnout na následující straně v tabulce č. 21. Očekávání jsou seřazena podle celkové absolutní četnosti jednotlivých očekávání. Poslední sloupec uvedené tabulky ukazuje průměrnou hodnotu splnění každého očekávání studentů končících ročníků.

Nejvíce studentů vysoké školy uvedlo, že očekávají či očekávali získání vědomostí, informací a vůbec specializace v oboru. Takové věci představuje okolo 31% odpovědí z prvních i posledních ročníků. U posledních ročníků je uvedena i průměrná procentuelní spokojenost s naplněním tohoto očekávání - 76,38%, což je podle mého názoru velice uspokojivé. Přibližně šestina odpovědí z obou dotazovaných skupin se týká uplatnění v pracovním či osobním životě. Zde se průměrná spokojenost posledních ročníků pohybovala okolo šedesáti procent. Asi 10,5% z odpovědí prvních ročníků a 8,3% z očekávání posledních ročníků VŠ bylo zařazeno do skupiny, která vyjadřovala získání titulu v budoucnosti a s tím spojené náročnější studium. K tomu se studenti, kteří na vysoké škole pomalu končí, vyslovili 64% splněním tohoto očekávání.

Na závěr rozboru této otázky bych se zastavil u nejlépe hodnocených splnění očekávání. Těmi jsou věci spojené s poznáním nových přátel, získání kontaktů, otázka trávení volného času a kulturního života. Kdybych z očekávání pod popisnými čísly 4, 5 a 10 udělali průměr jejich splnění u studentů posledních ročníků, vyšla by nám 82,6% spokojenost.



Graf č. 17: Relativní počet očekávání, která mají či měli studenti od vysoké školy (popisná čísla ke grafu naleznete v tabulce č. 21 na následující straně)

Kompletní přehled očekávání udává následující tabulka:

Popisné číslo v grafu	Očekávání	1. ročník	Končící ročník	Celkem	1. ročník	Končící ročník	Splnění očekávání
1	Specializace, vzdělání, znalosti, informace	41	42	83	30,60%	31,58%	76,38%
2	Uplatnění po škole, příprava na práci a život	21	22	43	15,67%	16,54%	59,09%
3	Titul, náročné studium	14	11	25	10,45%	8,27%	64,00%
4	Noví přátelé a kontakty, dobrý kolektiv	13	10	23	9,70%	7,52%	84,00%
5	Nejlepší roky života, prostor pro realizaci snů, volnější rozvrh, oddálení nástupu do práce	8	8	16	5,97%	6,02%	78,75%
6	Kvalita a úroveň výuky, vzdělání	7	6	13	5,22%	4,51%	68,33%
7	Úroveň a jednání pedagogického sboru	0	13	13	0,00%	9,77%	71,43%
8	Jazyky, možnost zahraničního studia	7	6	13	5,22%	4,51%	40,00%
9	Praxe, práce v rámci školy	4	8	12	2,99%	6,02%	58,75%
10	Příjemné prostředí školy, vybavení a zázemí školy, kulturní vyžití	7	2	9	5,22%	1,50%	85,00%
11	Dobré zaměstnání, lepší výdělek po škole	9	0	9	6,72%	0,00%	
12	Osamostatnění, volnost, svoboda	3	4	7	2,24%	3,01%	50,00%
13	Komunikace student - škola	0	1	1	0,00%	0,75%	20,00%
	Celkem	134	133	267			

Tabulka č. 21: Absolutní a relativní počet očekávání, která měli nebo mají studenti vysoké školy (poslední sloupec uvádí průměr všech procentuelních vyjádření naplnění jednotlivých očekávání, která uvedli studenti posledních ročníků VŠ)

4.3.4 4. otázka: Faktory, které mohly v minulosti ovlivnit výběr vysoké školy:

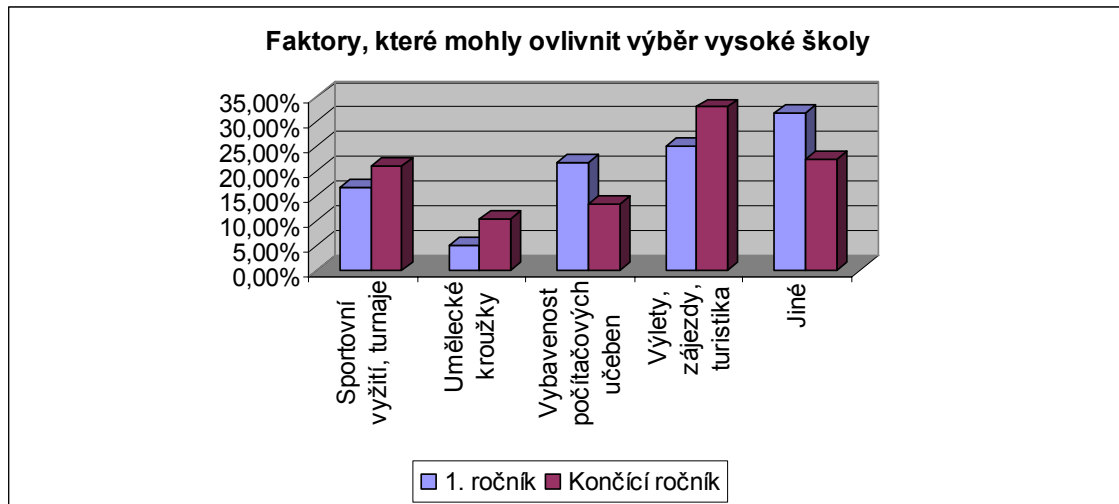
Čtvrtá otázka se zabývala možnostmi vysoké školy, které v minulosti mohly ovlivnit studentův výběr. Největší podíl na celkových odpovědích představovala možnost cestování. Taková možnost se projevila celou čtvrtinou odpovědí prvních a necelými 33% odpovědí posledních ročníků.

Přibližně třetina dotazovaných z prvních a pětina z posledních ročníků uvedla také jiný faktor případného ovlivnění, než byl nabídnut. Těmi se budu zabývat na další straně této práce. Celkem se jednalo o 19 odpovědí z prvního a 15 z posledního ročníku studia.

Ze zbylých možností bych zmínil nepatrný rozdíl mezi prvním a posledním ročníkem vysoké školy. Zatímco studenty, kteří na vysoké škole letos končí, by mohlo ovlivnit pořádání sportovních turnajů a zápasů, u prvních ročníků mírně vyhrála vybavenost počítačových učeben.

Možnost	1. ročník	Končící ročník	Celkem	1. ročník	Končící ročník
Sportovní vyžití, turnaje	10	14	24	16,67%	20,90%
Umělecké kroužky	3	7	10	5,00%	10,45%
Vybavenost počítačových učeben	13	9	22	21,67%	13,43%
Výlety, zájezdy, turistika	15	22	37	25,00%	32,84%
Jiné	19	15	34	31,67%	22,39%
Celkem	60	67	127		

Tabulka č. 22: Absolutní relativní počet faktorů, které mohly v minulosti ovlivnit výběr vysoké školy



Graf č. 18: Relativní počet faktorů, které v minulosti mohly ovlivnit výběr vysoké školy

Následující tabulka uvádí, jaké jiné možnosti by mohly ovlivnit názor studentů. U prvního ročníku tvořila necelých padesát procent odpovědí uvedených pod možností „jiné“ dostupnost města, jeho velikost a příležitosti. Něco přes 21% odpovědí se týkalo zaměření vysoké školy a uplatnění po jejím absolvování. K této odpovědi se vázalo i 37,5% z celkových odpovědí posledního ročníku. Čtyři studenty posledního ročníku mohla v minulosti ovlivnit kvalita a způsob výuky a dohromady 4 respondeti prvního ročníku by se zajímali o pověst školy a složení pedagogického sboru.

Možnosti	1. ročník	Končící ročník	Celkem	1. ročník	Končící ročník
Dostupnost, velikost a příležitosti města	9	1	10	47,37%	6,25%
Zaměření školy, uplatnění po škole	4	6	10	21,05%	37,50%
Jazyky, zahraniční pobyty	2	3	5	10,53%	18,75%
Kvalita výuky, praktické semináře	0	4	4	0,00%	25,00%
Pověst školy, názory studentů	2	1	3	10,53%	6,25%
Osobnosti pedagogů, známá jména	2	0	2	10,53%	0,00%
Celkem	19	15	34		

Tabulka č. 23: Absolutní a relativní počet faktorů, které byly studenty uvedeny pod odpovědí „jiné“ (relativní počet počítán počtu odpovědí v možnosti „jiné“)

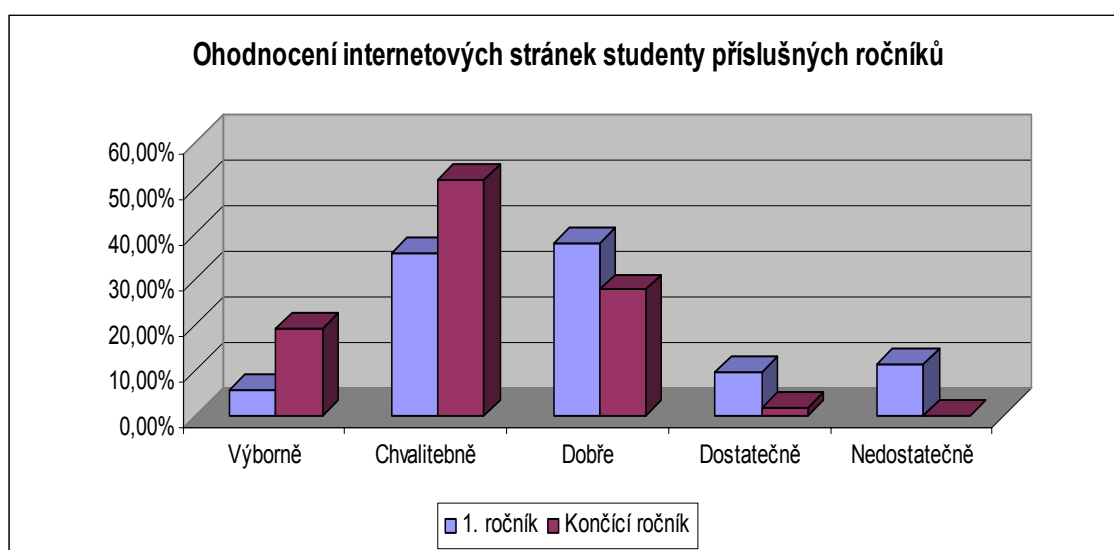
4.3.5 5. otázka: Hodnocení internetových stránek samotnými studenty

I studenti vysoké školy mohli vyjádřit svůj názor na internetové stránky pomocí stupnice hodnocení, které se používá na středních a základních školách. Hodnocení studenty posledních ročníků dopadlo o poznání lépe než u „nováčků“. Celkový vážený průměr všech hodnocení studenty posledního ročníku se pohyboval kolem 2,12, což odpovídá slovnímu hodnocení chvalitebně. Tento průměr se u studentů prvního ročníku vyskytoval okolo hodnoty 2,85 – tedy dobře plus.

Tento fakt je nejspíše způsoben tím, že studenti posledního ročníku si už na internetové stránky své školy zvykli a dokáží se v nich plně orientovat. Vyhledání všech dostupných informací ze stránek školy bude prvním ročníkům ještě chvíli trvat.

Možnost	1. ročník	Končící ročník	Celkem	1. ročník	Končící ročník
Výborně	3	11	14	5,66%	18,97%
Chvalitebně	19	30	49	35,85%	51,72%
Dobře	20	16	36	37,74%	27,59%
Dostatečně	5	1	6	9,43%	1,72%
Nedostatečně	6	0	6	11,32%	0,00%
Celkem	53	58	111		

Tabulka č. 24: Absolutní a relativní počty hodnocení internetových stránek vysoké školy



Graf č. 19: Relativní počty hodnocení internetových stránek vysoké školy

4.3.6 6. otázka: Ukazatele úrovně vysoké školy

V této otázce jsem se studentů ptal, jaké jsou podle nich ukazatele úrovně vysoké školy. Z nabídnutých možností mohli studenti vybrat maximálně tři. Největším ukazatelem úrovně vysoké školy je podle respondentů úroveň a vzdělání vyučujících. To potvrdilo téměř 31% odpovědí z prvního a 37% odpovědí z posledního ročníku. Tento fakt poukazuje na potřebu neustálého vzdělávání zaměstnanců vysoké školy, na což je naštěstí na většině vysokých škol brán zřetel.

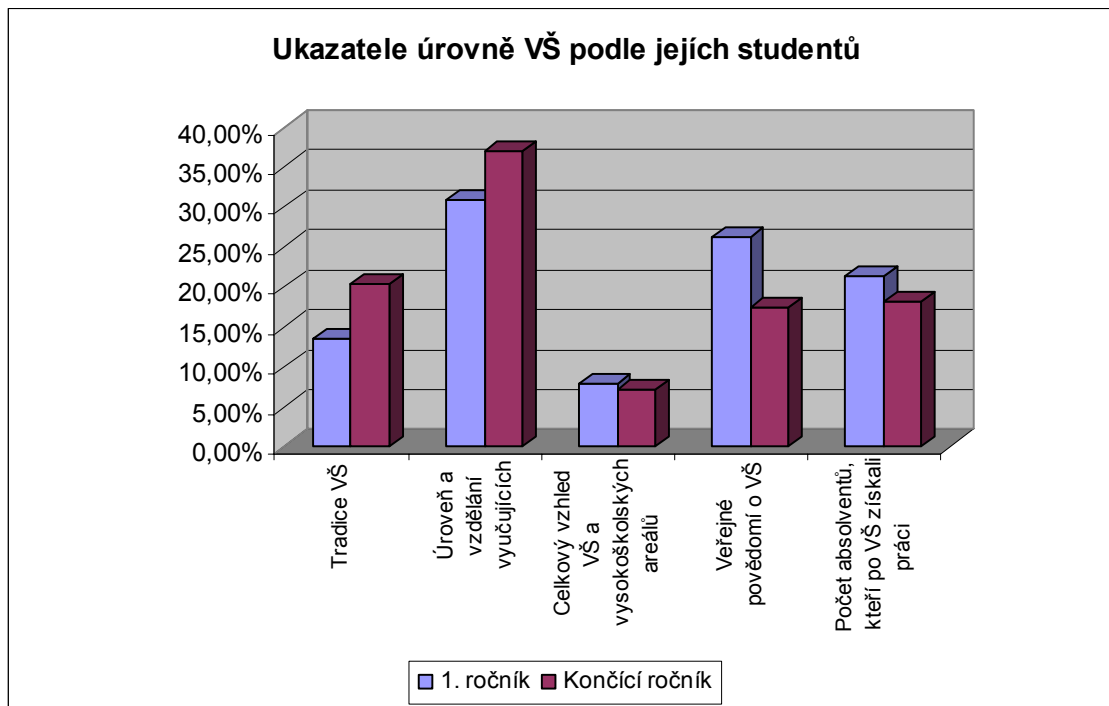
Celkem 55 dotazovaných uvedlo, že za důležitý ukazatel úrovně VŠ považují veřejné povědomí o vysoké škole. Takový ukazatel vyjádřuje 26% odpovědí z prvního a 17% z posledního ročníku VŠ. Zde se dostáváme velice blízko nutnosti informovat veřejnost o aktivitách školy, čímž toto mínění získá ještě větší váhu.

Třetím nejčastěji zvoleným ukazatelem se stal počet uchazečů, kteří po absolvování vysoké školy získali práci. V tomto ohledu by se vysoká škola mohla pokusit o zveřejnění uplatnění absolventů na trhu práce v časovém horizontu jednoho roku. Získání takových informací od bývalých studentů, kteří se po absolvování kolikrát nevrátí do místa studia, není rozhodně jednoduché, ale je relativně možné.

Poslední věc, nad kterou bych se rád pozastavil, je tradice vysoké školy. Ta byla dokonce respondenty hodnocena jako lepší ukazatel než celkový vzhled VŠ a jejích areálů.

Možnost	1. ročník	Končící ročník	Celkem	1. ročník	Končící ročník
Tradice VŠ	17	26	43	13,49%	20,47%
Úroveň a vzdělání vyučujících	39	47	86	30,95%	37,01%
Celkový vzhled VŠ a vysokoškolských areálů	10	9	19	7,94%	7,09%
Veřejné povědomí o VŠ	33	22	55	26,19%	17,32%
Počet absolventů, kteří po VŠ získali práci	27	23	50	21,43%	18,11%
Celkem	126	127	253		

Tabulka č. 25: Absolutní a relativní počet ukazatelů úrovně vysoké školy



Graf č. 20: Relativní počet ukazatelů úrovně vysoké školy

4.3.7 7. otázka: Spokojenost studentů na stávající vysoké škole

V poslední otázce tohoto dotazníku se měli respondenti vajířřit, na kolik procent jsou spokojeni na stávající vysoké škole. Hodnocení v prvním i posledním ročníku školy dopadla podobně. Průměrné hodnocení studenty prvního ročníku se pohybovalo okolo **66%**, dotazovaní končících ročníku byli o něco kritičtější – průměr všech hodnocení byl o něco více než **64%**.

	1. ročník	Končící ročník
Vážený průměr všech hodnocení	66,35%	64,30%

Tabulka č. 26: Vážený průměr všech hodnocení spokojnosti na vysoké škole

5. Závěr

V této části mé bakalářské práce bych rád poukázal na závěry, které z výzkumu a jeho analýzy vyplývají. Zároveň uvedu několik příkladů, jenž by mohly více zviditelnit instituce na různých vzdělávacích stupních, a tím i posílit pozitivní vnímání škol.

Výsledky výzkumu prokázaly rozsáhlý vliv na rozhodování respondentů. Počínaje předáním prvotních informací o škole, na kterou si uchazeči podali přihlášku, konče vlivem na samotné rozhodování o volbě školy, který se samozřejmě s věkem studenta nepřímo úměrně snižuje. Tím se potvrzuje důležitost zapojení Public relations do strategického plánování škol.

Pro základní školu, pokud není zaměřena specifickým směrem, není lehké zaujmout budoucí prvňáčky či spíše jejich rodiče. Jsou to oni, kteří o výběru ZŠ rozhodují za děti, a většinou volí základní školu v blízkosti místa bydliště. Jeden ze způsobů, jakým by základní školy mohly oslovit a posílit pozitivní vnímání své organizace, jsou ekologické projekty. Čím dál více se v televizi objevují organizované sběry recyklovatelných odpadů, například pet lahví, a jejich rozmanité využití, na kterém se podílí většina žáků školy. Nedávno ve Zprávách z regionů odvysílala Česká televize záběry, jak žáci za pomoci své základní školy uspořádali sbírku různobarevných víček od pet lahví, která po čase na náměstí přeměnili na znak města. Kromě televize se slavnostního odhalení zúčastnili i novináři, kteří jistě přenesli informace o akci do tisku. Myslím, že ekologické chování se stále více projevuje v životech nás všech, a proto by takové projekty měli mít i v budoucnu u veřejnosti úspěch.

Při výběru střední školy (nebo institucí na stejném vzdělávacím stupni) už rodiče tak důležitou roli v rozhodování nehrají. Přesto zůstávají poradci, což se projevilo také v provedeném výzkumu. Jak jsem se již zmínil při analýze výzkumu na středních školách, nízkorozpočtovým zviditelněním se pro školu může stát pořádání turnajů a sportovních klání pro vzdělávací instituce o úroveň níže. Taková akce školu nebude stát tolik peněz, sportoviště jsou většinou v jejích prostorách. Jediné, co by mohlo být

náročnější, je vytipovat školy, které se akce zúčastní, a najít mezi zaměstnanci někoho, kdo by se postaral o organizaci. V průběhu celého dne má tak střední škola spoustu příležitostí oslovit potenciální budoucí žáky a prezentovat ostatní akce školy, jako zájezdy apod. O cestování a turistice se žáci základních škol vyjádřili jako o možném faktoru ovlivnění jejich výběru další školy.

Na vysokých a vyšších odborných školách je situace složitější. Studenti si vybírají obor nebo školu podle zaměření a možnosti uplatnění po jejím absolvování. Z důvodu pokroku a vývoje informačních technologií bych si dovolil navrhnout dvě malá vylepšení. Respondenti uvedli jako třetí nejčtenější ukazatel úrovně vysoké školy počet absolventů, kteří se po ukončení studia zapojili do pracovního procesu. Proto by na internetových stránkách vysoké školy mohl tento počet být zveřejněn, samozřejmě v nějakém krátkodobém časovém úseku – např. od šesti měsíců až po dobu jednoho roku. Další možností, jak studenty středních škol zaujmout, by byl online dotazník umístěný na webových stránkách školy, který by za pomoci otázek a filtrů nabídl akreditované obory na vysoké škole, které odpovídají studentovým zálibám a schopnostem.

Poslední věcí, která úzce souvisí s pracovním uplatněním po škole, je praxe v rámci školy. Nyní se nebudu zabývat pedagogickou praxí, ta má trochu jiný charakter a průběh, ale ostatními praxemi, které nejsou souvislé a kolikrát mají opravdu „jepičí“ život. Většinou se při takto krátkodobých praxích student ani nedostane k práci, kterou by měl vykonávat a spíše jen nahlíží do zákulisí pracovního života. Škola by se měla pokusit o velice úzkou a dlouhodobou spolupráci s podniky či organizacemi v regionu. Spojení teoretických poznatků z VŠ a praktických z firem by se stalo určitě lákavou nabídkou jak pro studenty, tak pro organizace, které by měli možnost během vzdělávání studenta zaučít pro své potřeby. Spolupráce by teoreticky šlo dosáhnout výměnou za bezplatný kurs pro stávající zaměstnance podniku. Takového propojení praktických a teoretických znalostí se využívá v západních zemích, kde jsou nadprůměrní studenti kolikrát ještě před absolvováním univerzity přijati do pracovního poměru.

Obecně lze říci, že škola posílí pozitivní vnímání sebe samé pořádáním různých akcí, pro které by se měla snažit nadchnout okolí (nejlépe i média). Obor vztahů s veřejností je velice komplikovaný a těžko měřitelný, ale z pohledu dlouhodobé stability asi nejlepší formou propagace.

6. Seznam použité literatury

- BLACK, S. *Nejúčinnější propagace*. Praha: Grada Publishing, 1994. ISBN 80-7169-106-2
- CAYWOOD, C. L. *Public Relations – řízená komunikace podniku s veřejností*. Brno: Computer press, 2003. ISBN 80-7226-886-4.
- EGER, L. *Komunikace školy s veřejností*. Plzeň: Ekonomická fakulta Západočeské univerzity, 2001. ISBN 80-7082-828-5.
- CHMEL, Z. *Propagace, Public Relations, Media*. Brno: ANTE ve spolupráci s Filozofickou fakultou Masarykovy univerzity, 1997. ISBN 80-902404-2-9.
- JAKUBÍKOVÁ, D. *Aplikace marketingu ve školství*. Plzeň: Ekonomická fakulta Západočeské univerzity, 1998. ISBN 80-7082-453-0.
- JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing školy*. Liberec: Fakulta pedagogická Technické univerzity v Liberci, 2000. ISBN 80-7083-460-9.
- KOHOUT, J. *Veřejné mínění, image a metody public relations*. Praha: Management press, 1999. ISBN 80-7261-006-6
- LESLY, P. *Public Relations*. Praha: VICTORIA PUBLISHING, 1995. ISBN 80-85865-15-7.
- NĚMEC, P. *Public relations – praxe komunikace podniku s veřejností*. Praha: Management press, 1996. ISBN 80-85943-20-4
- NĚMEC, P. *Zásady komunikace s veřejností*. Praha: Management press, 1993. ISBN 80-85603-26-8.
- POSPÍŠIL, P. *Efektivní Public Relations a media relations*. Praha: Computer press, 2002. ISBN 80-7226-823-6.
- SVĚTLÍK, J. *Marketing školy*. Zlín:EKKA, 1996. ISBN 80-902200-8-8.

7. Přílohy

7.1 Dotazník pro 9. ročník ZŠ

1. **Po absolvování této školy budu pokračovat v dalším studiu:**
 - a) ano
 - b) ne
 - c) nevím

2. **Pokud jsi odpověděl(a) na předchozí otázku ano, jaký typ školy to bude?**
 - a) gymnázium
 - b) střední odborná škola
 - c) střední odborné učiliště s maturitou
 - d) střední odborné učiliště
 - e) jiný (uveď jaký):

3. **Jak jsi se dozvěděl(a) o škole, na kterou si přeješ jít?**
 - a) na naší ZŠ – povídání s některým pracovníkem střední školy
 - b) od výchovného poradce
 - c) na návštěvě výstavy se středoškolskou tematikou
 - d) od mého okolí (např. rodiče, kamarádi,..)
 - e) z internetu
 - f) jinak:

4. **Při výběru střední školy:**
 - a) za mě rozhodovali rodiče
 - b) rozhodoval(a) jsem se společně s rodiči
 - c) rozhodoval(a) jsem se sám (sama)

5. **Pokus se uvést maximálně 3 věci, které očekáváš od střední školy:**
 - 1)
 - 2)
 - 3)

6. **Jaké možnosti střední školy by mohly ovlivnit tvůj výběr:**
 - a) sportovní vyžití, turnaje
 - b) umělecké kroužky
 - c) vybavenost počítačových učeben
 - d) výlety, zájezdy, turistika
 - e) jiné:

7. **Kdybys měl(a) ohodnotit internetové stránky vaší SŠ, jakou známku by asi dostaly?**
 - a) výborně
 - b) chvalitebně
 - c) dobře
 - d) dostatečně
 - e) nedostatečně

8. **Na následující řádce napiš svou spokojenost v procentech na stávající ZŠ (0%...úplná nespokojenost – 100%...úplná spokojenost).**
.....%

7.2 Dotazník pro poslední ročník SŠ

1. **Po absolvování této školy budu pokračovat v dalším studiu:**
 - a) ano
 - b) ne
 - c) nevím

2. **Pokud jsi odpověděl(a) na předchozí otázku ano, jaký typ školy to bude?**
 - a) vysoká škola
 - b) vyšší odborná škola
 - c) jazyková škola
 - d) rekvalifikační kurz
 - e) jiný (uveď jaký):

3. **Jak jsi se dozvěděl(a) o škole, na kterou si přeješ jít?**
 - a) na naší SŠ – povídání s některým pracovníkem vysoké školy
 - b) od výchovného poradce
 - c) na návštěvě výstavy s vysokoškolskou tematikou
 - d) od mého okolí (např. rodiče, kamarádi,..)
 - e) z internetu
 - f) jinak:

4. **Při výběru další školy:**
 - a) za mě rozhodovali rodiče
 - b) rozhodoval(a) jsem se společně s rodiči
 - c) rozhodoval(a) jsem se sám (sama)

5. **Pokus se uvést maximálně 3 věci, které očekáváš od další školy:**
 - 1)
 - 2)
 - 3)

6. **Jaké možnosti další školy by mohly ovlivnit tvůj výběr:**
 - a) sportovní vyžití, turnaje
 - b) umělecké kroužky
 - c) vybavenost počítačových učeben
 - d) výlety, zájezdy, turistika
 - e) jiné:

7. **Kdybys měl(a) ohodnotit internetové stránky vaší SŠ, jakou známku by asi dostaly?**
 - a) výborně
 - b) chvalitebně
 - c) dobře
 - d) dostatečně
 - e) nedostatečně

8. **Na následující řádce napiš svou spokojenost v procentech na stávající SŠ (0%...úplná nespokojenost – 100%...úplná spokojenost).**
.....%

7.3 Dotazník pro první ročník VŠ

1. **Jak jste se dozvěděl(a) o škole, na které v současné době studujete?**
 - a) na bývalé SŠ – povídání s některým pracovníkem vysoké školy
 - b) od výchovného poradce
 - c) na návštěvě výstavy s vysokoškolskou tematikou
 - d) od mého okolí (např. rodiče, kamarádi,..)
 - e) z internetu
 - f) jinak:

2. **Při výběru vysoké školy:**
 - a) za mě rozhodovali rodiče
 - b) rozhodoval(a) jsem se společně s rodiči
 - c) rozhodoval(a) jsem se sám (sama)

3. **Pokuste se uvést maximálně 3 věci, které očekáváte od vysoké školy:**
 - 1)
 - 2)
 - 3)

4. **Jaké možnosti vysoké školy mohly v minulosti ovlivnit výběr vysoké školy:**
 - a) sportovní vyžití, turnaje
 - b) umělecké kroužky
 - c) vybavenost počítačových učeben
 - d) výlety, zájezdy, turistika
 - e) jiné:

5. **Kdybyste měl(a) ohodnotit internetové stránky vaší VŠ, jakou známku by asi dostaly?**
 - a) výborně
 - b) chvalitebně
 - c) dobře
 - d) dostatečně
 - e) nedostatečně

6. **Z následujících možností vyberte nejvíce tři, které podle Vás mohou být ukazatelem úrovně VŠ:**
 - a) tradice VŠ
 - b) úroveň a vzdělání vyučujících
 - c) celkový vzhled VŠ a vysokoškolských areálů
 - d) veřejné povědomí o VŠ
 - e) počet absolventů, kteří po ukončení studia získali práci

7. **Na následující řádce napište svou spokojenost v procentech na stávající VŠ (0%...úplná nespokojenost – 100%...úplná spokojenost).**
.....%

7.4 Dotazník pro končící ročník VŠ

1. **Jak jste se dozvěděl(a) o škole, na které v současné době studujete?**
 - a) na bývalé SŠ – povídání s některým pracovníkem vysoké školy
 - b) od výchovného poradce
 - c) na návštěvě výstavy s vysokoškolskou tematikou
 - d) od mého okolí (např. rodiče, kamarádi,...)
 - e) z internetu
 - f) jinak:.....
2. **Při výběru vysoké školy:**
 - a) za mě rozhodovali rodiče
 - b) rozhodoval(a) jsem se společně s rodiči
 - c) rozhodoval(a) jsem se sám (sama)
3. **Jaké možnosti vysoké školy mohly v minulosti ovlivnit výběr vysoké školy:**
 - a) sportovní vyžití, turnaje
 - b) umělecké kroužky
 - c) vybavenost počítačových učeben
 - d) výlety, zájezdy, turistika
 - e) jiné:.....
4. **Pokuste se uvést maximálně 3 věci, které jste očekával(a) od vysoké školy, když jste na ni nastoupil(a):**
 - 1)
 - 2)
 - 3)
5. **Splnila se tato Vaše očekávání? Napište z kolika procent:**
 - a)%
 - b)%
 - c)%
6. **Kdybys měl(a) ohodnotit internetové stránky vaší VŠ, jakou známku by asi dostaly?**
 - a) výborně
 - b) chvalitebně
 - c) dobře
 - d) dostatečně
 - e) nedostatečně
7. **Z následujících možností vyberte nejvíce tři, které podle Vás mohou být ukazatelem úrovně VŠ:**
 - a) tradice VŠ
 - b) úroveň a vzdělání vyučujících
 - c) celkový vzhled VŠ a vysokoškolských areálů
 - d) veřejné povědomí o VŠ
 - e) počet absolventů, kteří po ukončení studia získali práci
8. **Na následující řádce napiš svou spokojenost v procentech na stávající VŠ (0%...úplná nespokojenost – 100%...úplná spokojenost).**
.....%