

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2013

JANA JINDRÁKOVÁ

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE



KOMUNIKACE A LIDSKÉ ZDROJE

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

NÁZEV BAKALÁŘSKÉ PRÁCE/TITLE OF THESIS

Marketingový výzkum : Rozhodovací kritéria u studentů SPŠS, Gymnázia Jaroslava Heyrovského a SHŠ v Praze pro studium na VŠ
Marketing Research : Decision criteria for students of SPŠS, Gymnasium of Jaroslav Heyrovsky and SHŠ in Prague to study at university

TERMÍN UKONČENÍ STUDIA A OBHAJOBA (MĚSÍC/ROK)

Leden 2014

JMÉNO A PŘÍJMENÍ / STUDIJNÍ SKUPINA

Jana Jindráková / KLZ 9

JMÉNO VEDOUČÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

RNDr. Ludvík Čichovský, CSc., MBA

PROHLÁŠENÍ STUDENTA

Prohlašuji tímto, že jsem zadanou bakalářskou práci na uvedené téma vypracoval/a samostatně a že jsem ke zpracování této bakalářské práce použil/-a pouze literární prameny v práci uvedené. Jsem si vědom/a skutečnosti, že tato práce bude v souladu s § 47b zák. o vysokých školách zveřejněna, a souhlasím s tím, aby k takovému zveřejnění bez ohledu na výsledek obhajoby práce došlo.

Prohlašuji, že informace, které jsem v práci užil/a, pocházejí z legálních zdrojů, tj. že zejména nejde o předmět státního, služebního či obchodního tajemství či o jiné důvěrné informace, k jejichž použití v práci, popř. k jejichž následné publikaci v souvislosti s předpokládanou veřejnou prezentací práce, nemám potřebné oprávnění.

Datum a místo:

podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych tímto poděkovala vedoucímu bakalářské práce, za metodické vedení a odborné konzultace, které mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

SOUHRN
<p>1. Cíl práce: Provést šetření, jaká rozhodovací kritéria preferují studenti maturitních ročníků Střední hotelové školy strojní, Střední hotelové školy a Gymnázia Jaroslava Heyrovského v Praze k 1.5.2012. Získané výsledky šetření zobecnit na studenty zmíněných škol a zjištění jak by tyto výsledky mohla využít VŠEM.</p>
<p>2. Výzkumné metody: Marketingový monitorovací, kvantitativní, ad hoc průzkum pomocí metody P+P</p>
<p>3. Výsledek výzkumu/práce:</p> <ul style="list-style-type: none">- Výzkumu se zúčastnilo 347 respondentů ze tří středních škol.- Návratnost dotazníků 100%- Z výzkumu bylo vyřazeno pro nevěrohodnost 8 dotazníků (1 z SPŠS, 3 z GJH a 4 ze SHŠ)- Vyhodnocováno 339 dotazníků. Celkově se výzkumu zúčastnilo 155 (46%) žen a 184 (54%) mužů.
<p>4. Závěry a doporučení:</p> <p>Obecná doporučení pro VŠ:</p> <ul style="list-style-type: none">- kvalitní komunikace směrem k uchazečům i stávajícím studentům ovlivní pozitivní WoM- zaměřit se na reklamu na webech specializovaných na VŠ- rozhovory s managementem firem, besedy s potenciálními zaměstnavateli, kteří mohou nabídnout studentům budoucí uplatnění <p>Doporučení pro VŠEM:</p> <ul style="list-style-type: none">- zviditelnění na webových stránkách např. společnosti LMC formou odborných a poradenských článků- zdůrazňovat na billboardech, že škola nabízí několik cenových variant studia a v jakých výších- zprostředkování studentských půjček
KLÍČOVÁ SLOVA
Marketingový výzkum, monitorovací výzkum, terciální vzdělávání

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

SUMMARY

1. Main objective:

To carry out inquiries what decision criteria prefer students graduation year of high school of Secondary Technical School in Prague 5, Secondary School of Hotel Management in Prague 10, and Grammar School Jaroslav Heyrovsky in Prague 5 to 1.5.2012. The obtained results generalize investigations on students these schools and determine how these results could be of use to all.

2. Research methods:

Marketing monitoring, quantitative, ad hoc survey using the P + P method

3. Result of research:

- 347 respondents from three secondary schools participated in the study, 155 (46%) women and 184 (54%) men
- Rate of return of 100%
- The research was scrapped 8 questionnaires for unreliability (1 of SPSS, 3 and 4 of GJH of SHS)

4. Conclusions and recommendation:

General recommendations for the university:

- Good communication with the applicants and existing students to affect positive WoM- Focus on advertising on sites specialized at universities
- Interviews with management of companies, meetings with potential employers who can offer students future success

Recommendations for VSEM:

- Visibility on websites such company LMC form of expert and advisory articles
- Emphasizing on billboards, the school offers several pricing options study and in what amounts, indicated
- Providing student loans

KEYWORDS

Marketing research, monitoring research, tertiary education

JEL CLASSIFICATION

M31 Marketing

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

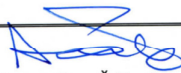
VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vysoká škola ekonomie a managementu
Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení:	Jana Jindráková
Studijní program:	Ekonomika a management (Bc.)
Studijní obor:	Komunikace a lidské zdroje
Studijní skupina:	KLZ9
Název BP:	Marketingový výzkum rozhodovacích kritérií u studentů SSPŠ, Gymnázia Heyrovského a SHŠ v Praze pro studium na VŠ
Zásady pro vypracování (stručná osnova práce):	<ol style="list-style-type: none">1. Úvod<ol style="list-style-type: none">1.1 Cíle teoretické, metodologické a prakticko-analytické části2. Teoretická část<ol style="list-style-type: none">2.1 Zdroje zabývající se problematikou rozhodovacích kritérií studentů středních škol při výběru VŠ2.2 Literární rešerše zdrojů3. Metodologická část4. Prakticko-analytická část<ol style="list-style-type: none">4.1 Představení problému4.2 Představení respondentského vzorku4.3 Výsledky vlastního výzkumu4.4 Komentáře autorky4.5 Porovnání vlastního výzkumu s podobnými výzkumy z předešlých let5. Závěr
Seznam literatury: (alespoň 4 zdroje)	Roman Kozel, Lenka Mynářová, Hana Svobodová. <i>Moderní metody a techniky marketingového výzkumu</i> , 1. vyd. Praha : Grada Publishing, a.s. 2011. 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6 Ludvík Čichovský. <i>Marketingový výzkum</i> , 2.vyd. Praha : VŠEM, 2011. 320 s. ISBN 978-80-86730-75-2 Philip Kotler, Gary Armstrong. <i>Marketing</i> , 6.vyd. Praha : Grada Publishing, a.s. 2004. 864 s. ISBN 80-247-0513-3 Jana Boučková a kol. <i>Marketing</i> , 1.vyd. Praha : C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1
Vedoucí BP:	RNDr. Ludvík Čichovský, CSc., MBA.


Prof. Ing. Milan Žák, CSc.
rektor

V Praze dne 17. 6.
2012

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Obsah

1	Úvod.....	1
1.1	Cíle teoretické, metodologické a prakticko-analytické části.....	2
2	Teoretická část.....	3
2.1	Literární rešerše zdrojů.....	4
3	Metodologická část.....	17
4	Prakticko-analytická část.....	20
4.1	Představení problému.....	20
4.2	Představení respondentského vzorku.....	20
4.3	Dotazník.....	21
4.4	Výsledky vlastního průzkumu.....	22
4.5	Komentáře autorky.....	28
4.6	Porovnání vlastního průzkumu s podobnými výzkumy z předešlých let.....	31
4.7	Doporučení.....	33
5	Závěr.....	36

Literatura

Přílohy

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Seznam zkratk

ČSÚ	Český statistický úřad
ESOMAR	European Society for Opinion and Marketing Research (Evropská společnost pro výzkum veřejného mínění a trhu)
EU	Evropská Unie
GJH	Gymnázium Jaroslava Heyrovského
LMC	Název společnosti pracující na českém elektronickém trhu práce
MV	Marketingový výzkum
NÚOV	Národní ústav odborného vzdělávání
NÚV	Národní ústav pro vzdělávání
SEM	Search Engine Marketing (Marketing ve vyhledávačích)
SEO	Search Engine Optimization (optimalizace pro vyhledávače)
SHŠ	Střední hotelová škola
SPŠS	Střední průmyslová škola strojní
ÚIV	Ústav pro informace ve vzdělávání
VŠEM	Vysoká škola ekonomie a managementu
VŠO	Vysoká škola obchodní
VUT	Vysoké učení Technické
P+P	Paper pencil, metoda marketingového výzkumu
WoM	World of Mouth (slovo z úst) metoda šíření informací

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Seznam tabulek

Tabulka 1 Absolventi středních škol – přijímací řízení na vysoké školy.....	5
Tabulka 2 Vysoké školy v ČR – vývoj počtu studentů 1989/90 – 2008/09.....	6
Tabulka 3 Srovnání počtu studentů ČR a některých středoevropských zemí.....	8
Tabulka 4 Odpovědi na otázku č.1 Vybral/a jste si již konkrétní školu/y, na kterou se Budete hlásit?.....	9
Tabulka 5 Odpovědi na otázku č. 2 Kolik přihlášek na VŠ si budete podávat?.....	10
Tabulka 6 Odpovědi na otázku č.3 Jaký obor to bude?.....	10
Tabulka 7 Odpovědi na otázku č. 4 Jak jsou pro Vás při výběru vysoké školy důležitá následující kritéria?.....	10
Tabulka 8 Odpovědi na otázku č.5 Které výroky nejlépe vystihují, jak si vybíráte obor/předmět studia?.....	11
Tabulka 9 Úspěšnost při přijímání ke studiu.....	12
Tabulka 10 Četnosti odpovědí na otázky 3, 4, 5, 6, 7 a 8 ve struktuře respondentského souboru podle pohlaví (1.1 a 1.2) a podle typu školy (2.1, 2.2 a 2.3).....	22
Tabulka 11 Statistické charakteristiky k otázkám 3, 4, 5, 6 a 7.....	23
Tabulka 12 Procentuální četnosti odpovědí na otázky 3, 4, 5, a 8 ve struktuře respondentského souboru podle pohlaví (1.1 a 1.2) a podle typu školy (2.1, 2.2 a 2.3).....	24
Tabulka 13 Zpracování otázky č. 9, Stupeň důležitosti, jakou pro Vás má konkrétní parametr při výběru VŠ (1 velmi důležité, 5 naprosto nedůležité).....	25

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Seznam grafů

Graf 1 Vývoj počtu studentů VŠ v ČR.....	5
Graf 2 Demografický vývoj věkových ročníků 19-20 letých.....	6
Graf 3 Počet zapsaných studentů vysokých škol v České republice.....	7
Graf 4 Studenti v terciárním vzdělávání jako podíl celkového počtu studentů a žáků, 2003/0412.....	12
Graf 5 Vývoj počtu studentů VŠ v jiných členských státech EU.....	13
Graf 6 Vývoj počtu studentů na VŠEM podle typu studia.....	16
Graf 7 Rozložení respondentského souboru.....	21
Graf 8 Procentuální vyjádření odpovědí na otázku č. 10, Ve kterém médiu vyhledáváte obecné informace ? ženy + muž.....	26
Graf 9 Procentuální vyjádření odpovědí na otázku č. 11, Máte možnost pracovat doma s internetem? – muži + ženy.....	27
Graf 10 Odpovědi na otázku č. 12, Jak často využíváte internet? - muži + ženy.....	27

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

1 Úvod

Tématem této bakalářské práce je Marketingový výzkum: Rozhodovací kritéria u studentů SPŠS v Praze 5, Gymnázia Jaroslava Heyrovského v Praze 5 a SHŠ v Praze 10 pro studium na VŠ.

Změny a vývoj v terciálním vzdělávání za poslední desetiletí byly motivem pro výběr tématu mé bakalářské práce. Tuto práci jsem si vybrala pro její aktuálnost a možné praktické využití, které spočívá v otázce, proč se vůbec zajímat o to, na základě jakých kritérií si studenti vybírají svou budoucí vysokou školu? Jednou z odpovědí je nárůst počtu vysokých škol v posledním desetiletí a také stále se snižující populační křivka v České republice. Díky těmto faktorům jsou vysoké školy a obzvláště ty soukromé, vystavovány situaci, kdy o své budoucí studenty musí usilovat. Významnou cestou, jak své studenty získávat, je poskytnout jim co nejucelenější informace, které jim pomohou při rozhodování o tom, na kterou vysokou školu si podají přihlášku. Na otázku, jaké informace to jsou, se pokusí odpovědět tato bakalářská práce.

1.1 Cíle teoretické, metodologické a prakticko-analytické části

Hlavním cílem bakalářské práce je s využitím marketingového monitorovacího, kvantitativního, ad hoc průzkumu provést šetření, jaká rozhodovací kritéria preferují studenti maturitních ročníků Střední průmyslové školy strojní v Praze 5, Střední hotelové školy v Praze 10 a Gymnázia Jaroslava Heyrovského v Praze 5 k 1.5.2012

Cílem teoretické části práce je provedení literárních rešerší vztahující se k marketingovému výzkumu, zjištění zda již byly v minulosti prováděné marketingové výzkumu na podobné či shodné téma a s jakým výsledkem. Budou uvedeny pohledy na marketingový výzkum od různých autorů a bude přestaven samotný proces marketingového výzkumu. Vzhledem k obsáhlosti tématu vztahujícího se k marketingovému výzkumu jako takovému, bude se práce podrobněji věnovat pouze té části marketingového výzkumu přímo se vztahující ke zkoumané problematice. Významná část teoretické práce se bude opírat o podobné výzkumy prováděné např. Českým statistickým úřadem, Národním ústavem pro vzdělávání a podobnými institucemi.

Cílem metodologické části je sestavit pracovní postup jak autorka práci zpracovala a na základě získaných vědomostí z odborné literatury zvolit vhodnou metodu výzkumu, respondentský vzorek, časový harmonogram výzkumu a způsob, jakým budou získaná data vyhodnocena.

Cílem praktické části je

- 1) Představit respondentský soubor
- 2) Zpracovat dotazník
- 3) Realizovat marketingový výzkum
- 4) Zpracovat výsledky marketingového výzkumu
- 5) Zpracovat komentáře a doporučení autorky

Závěrem praktické části dojde k vyhodnocení dat a navržení doporučení toho, jaké informace jsou ty nejdůležitější při rozhodování budoucích studentů a tudíž jim mají vysoké školy věnovat vysokou pozornost, aby tak oslovily a zaujaly co nejvyšší počet budoucích studentů.

2 Teoretická část

Rektor univerzity Palackého v Olomouci Mašláň (2012) poukazuje na to, že současná doba klade na vzdělání snad největší důraz v historii a dodává, že bez vysokoškolského titulu je velmi těžké prosadit se na trhu práce. Se vzrůstající nutností vzdělání je trendem posledního desetiletí nárůst počtu vysokých škol a to především soukromých. Pro každou z vysokých škol je tedy znalost preferencí tj. toho, co budoucí studenti od škol očekávají a jaké pro své rozhodování potřebují informace, nutností k úspěšnosti na trhu vzdělávání dospělých. Ty univerzity, které znají potřeby jak pracovního trhu tj. po jakých odbornících je poptávka a také požadavky potenciálních studentů, co a jak studentům nabídnout, mají větší potenciál uspět na dnes již širokém trhu vzdělávání.

Kozel (2011) formuluje marketingový výzkum podle zjednodušené definice ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) jako naslouchání spotřebiteli. Tuto definici rozvádí Kotler a Armstrong (2004) jako cílené systematické plánování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací, které jsou potřebné pro efektivní a účinné řešení daných marketingových problémů. Svobodová (1994) doplňuje, že jde o cílevědomý proces směřující k získání konkrétních informací, které nelze opatřit jiným způsobem.

Jak uvádí Kozel (2011), v praxi se často zaměňují pojmy marketingový průzkum a marketingový výzkum. Proto je vhodné hned na počátku tyto pojmy rozlišit. Jak dále Kozel (2011) říká, marketingový průzkum je jednorázová aktivita probíhající v kratším časovém úseku a většinou nezachází do takové hloubky jako marketingový výzkum. Foret (2008) tuto myšlenku doplňuje o názor, že marketingový výzkum je dlouhodobější záležitostí, která kombinuje několik výzkumných postupů, uplatňuje náročnější postupy statistického zpracování a porovnává a vyhodnocuje výsledky od různých zdrojů, čímž dochází k hlubším poznatkům a souvislostem.

Jak uvádí Wiid a Diggines (2009), ve vědění či znalosti je síla, což je často používaná fráze v obchodním světě. Tato znalost pochází z informací získaných z dat, která jsme získali marketingovým výzkumem. Wiid a Diggined (2009) pokračují, svět se stává velmi složitým místem, kde změny se vyskytují stále rychlejším tempem. Těmto

změnám je třeba se umět přizpůsobit, být stále připraven na změny reagovat. K tomu potřebujeme relevantní a validní informace. Je zřejmé, že k tomu, aby informace byly takové, jaké potřebujeme, je nezbytně nutné si utříbit naše požadavky. Konkrétně co potřebujeme a chceme zjistit, vybrat dostatečně velký respondentský vzorek, vybrat vhodnou výzkumnou metodu a následně zjištěné informace správně analyzovat a interpretovat tak, aby bylo možné zjištěné informace správně aplikovat.

Podle Kotlera (2004), je nutné jasně stanovit, jaké informace je potřeba získat, sestavit plán pro jejich získání a prezentovat jej managementu. Plán výzkumu podává přehled zdrojů a dat a detailně vysvětluje postupy, metody a sestavení výběrových souborů.

2.1 Rešerše zdrojů zabývající se problematikou rozhodovacích kritérií studentů SŠ při výběru VŠ

Jak již bylo zmíněno v úvodu, je trendem posledních deseti let nárůst vysokých škol a to především soukromých. Jak uvádí ve své studii Kleňhová a Vojtěch (2011), s nárůstem kapacit vysokých škol narůstají i počty přihlášených absolventů oborů středních škol ukončených maturitní zkouškou (s mírným poklesem v roce 2008/09), i když nárůst již není tak dramatický jako v předchozích letech. Hlavním důvodem je klesající celkový počet absolventů těchto oborů způsobený poklesem demografické křivky. Jak Kleňhová a Vojtěch (2011) ve studii dále uvádí, obdobný vývoj jako v počtech uchazečů z řad absolventů středních škol byl zaznamenán v letech 2006 – 2010 i v počtech přijatých uchazečů, jak znázorňuje tabulka 1. V roce 2006/2007 se hlásilo ke studiu na vysokých školách 76% absolventů středních škol ukončených maturitní zkouškou a jejich podíl se v následujících letech zvyšoval až na 81%. Tento stav je dán především tím, že klesá počet absolventů maturitních oborů středních škol a zároveň se navyšuje počet studijních míst na vysokých školách, který je dán i nárůstem vysokých škol samotných. Stejně tak se v letech 2006-2010 zvyšoval podíl absolventů středních škol přijatých ke studiu na vysoké školy. Z původně monitorovaných 55% ve školním roce 2006/2007 vzrostl na 63% přijatých absolventů v roce 2009/2010.

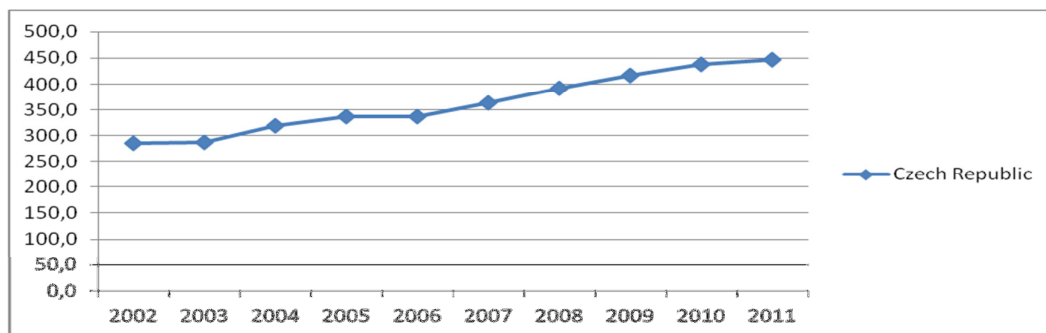
Tabulka 1 Absolventi středních škol – přijímací řízení na vysoké školy

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010
počet uchazečů o studium	64 680	66 287	65 605	67 536
počet uchazečů, kteří se dostavili k přijímacímu řízení	61 646	63 238	62 844	65 036
počet přijatých uchazečů	46 862	49 300	50 802	52 681
podíl přihlášených na celkovém počtu absolventů	75,8%	77,3%	77,8%	80,5%
podíl uchazečů, kteří se dostavili k přijímacímu řízení na celkovém počtu absolventů	72,2%	73,7%	74,5%	77,5%
podíl přijatých ke studiu na celkovém počtu absolventů	54,9%	57,5%	60,3%	62,8%

Zdroj: KLEŇHOVÁ, VOJTĚCH (2011, 83 s.)

Z Grafu 1 je patrný vzrůstající počet studentů VŠ v ČR mezi roky 2002 a 2011 a to i přes klesající populační křivku jak ukazuje Graf 2.

Graf 1 Vývoj počtu studentů VŠ v ČR

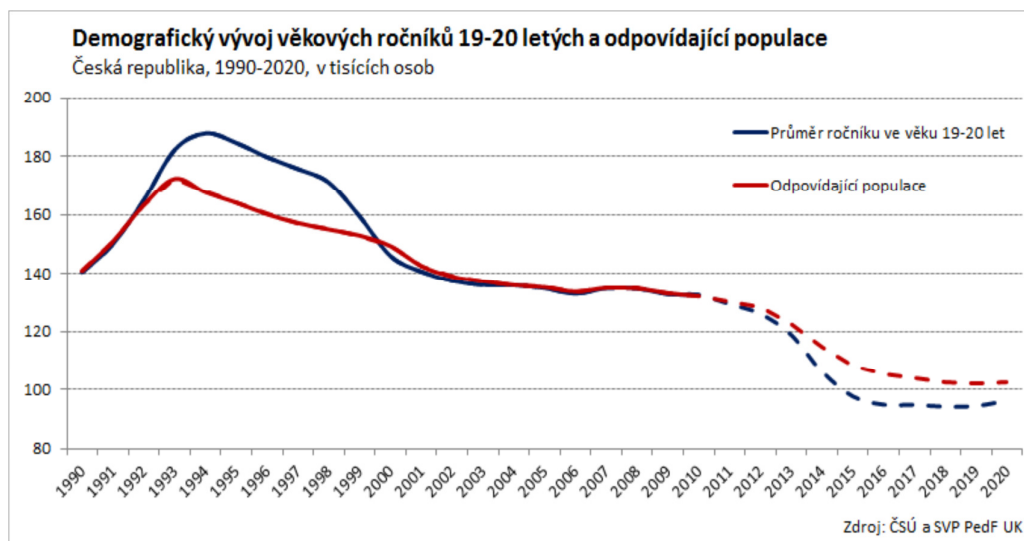


Vysvětlivky:

- Čísla na ose x znamenají roky, čísla na ose y znamenají počty studentů v tisících

Zdroj: Eurostat, 2013

Graf 2 Demografický vývoj věkových ročníků 19-20 letých



Vysvětlivky:

- Čísla na ose x znamenají roky, čísla na ose y znamenají počty studentů v tisících

Zdroj: Koucký a Bartušek (2011)

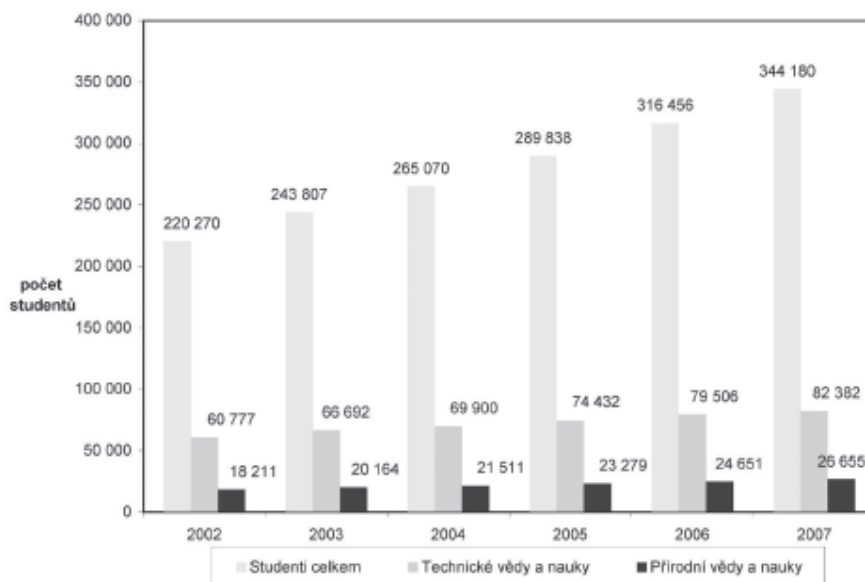
Tabulka 2 Vysoké školy v ČR – vývoj počtu studentů 1989/90 – 2008/09

	1989/90	1994/95	1999/00	2004/05	2008/09
počet škol	23	23	23	68	71
z toho veřejné	23	23	23	25	26
soukromé	-	-	-	36	45
fakulty veřejných škol	69	106	110	117	135
studenti celkem (tis)	113,4	136,6	199,0	265,1	369,6
z toho soukromých škol	-	-	-	18,1	50,7

Zdroj: Körner (2010)

Tabulka 2 názorně ukazuje, jak se v ČR zvyšoval počet vysokých škol a s tím i počet studentů. Znázornění je v pětiletých intervalech.

Graf 3 Počet zapsaných studentů vysokých škol v České republice



Zdroj: Ústav pro informace ve vzdělávání (2008)

Graf 3 vyjadřuje počty studentů vysokých škol v letech 2002-2007. Zároveň ukazuje, kolik z celkového počtu studentů studovalo technické vědy a nauky a kolik přírodní vědy a nauky. Z Tabulek 1 a 2, a grafů 1 – 3 je tedy zřejmé, že s nárůstem počtu vysokých škol, narůstá počet studentů vysokých škol a to i přes klesající populační křivku. Z tohoto trendu lze vyvodit, že se vysoké školy musí snažit o získání budoucích studentů, zaujmout je tím, že jim nabídnou takové informace, které potřebují pro své rozhodnutí na škole studovat. Na otázku, jaké informace to jsou, se pokusí odpovědět tato práce.

Vývoj vysokého školství v ČR lze také porovnat v kontextu s jinými středoevropskými zeměmi. Körner (2010) ve své studii uvádí, že v současné době studuje na VŠ v ČR cca 370 tis. Studentů. V sousední SRN, které má přibližně 8,5x více obyvatel se v posledních letech počet studentů pohybuje okolo 2 milionů. V ČR tedy je cca 37 tis. studentů na 1 mil. Obyvatel a v SRN cca 29 tis. studentů na 1 mil. obyvatel. Z toho vyplývá, že v ČR je zapsáno cca 1,5x více studentů na VŠ než v SRN. Očekává se, že v období 2005–2015 by se měl počet studentů na VŠ v SRN zvýšit na cca 2,7 mil., tj.

přibližně o 35 %. V ČR došlo v období 1990–2000 k nárůstu ze 113 na 199 tis., tj. o 76 % a v celém období 1990–2009 ze 113 na 370 tis., tj. o 227 %. Počet studentů se za toto období více než ztrojnásobil.

Tabulka 3 Srovnání počtu studentů ČR a některých středoevropských zemí

Česká republika 10,2 mil.			Bavorsko 12,4 mil.			Rakousko 8,2 mil.		
	počet studentů (tis.)	počet obyvatel (tis.)		počet studentů (tis.)	počet obyvatel (tis.)		počet studentů (tis.)	počet obyvatel (tis.)
Praha	116	1 232	München	86	1 357	Wien	121	1 681
Brno	74	371	Erlangen	26	101	Graz	44	243
Ostrava	32	308	Würzburg	24	129	Innsbruck	26	116
Olomouc	21	100	Augsburg	18	265	Salzburg	14	149
Plzeň	18	169	Nürnberg	16	502	Linz	28	199
	261	2 441		170	2 354		233	2 388

Bádensko-Würtem. 10,7 mil.			Hessensko 6,1 mil.			Švýcarsko 7,5 mil.		
	počet studentů (tis.)	počet obyvatel (tis.)		počet studentů (tis.)	počet obyvatel (tis.)		počet studentů (tis.)	počet obyvatel (tis.)
Stuttgart	32	591	Frankfurt/M.	48	650	Zürich	43	367
Heidelberg	28	140	Darmstadt	32	138	Geneve	18	185
Karlsruhe	30	271	Kassel	17	194	Lausanne	17	128
Freiburg i. B.	28	209	Marburg a.d.L.	19	80	Bern	14	127
Tübingen	26	84	Wiesbaden	6	271	Basel	12	166
	144	1 295		122	1 200		108	973

Zdroj: Körner (2010)

Obdobné problematice, jaké je věnována tato bakalářská práce, se v minulosti věnovaly například ČSÚ, NÚV, NÚOV, ÚIV, VŠO, VUT Brno apod. V roce 2011 byl na VŠEM proveden v rámci bakalářské práce marketingový výzkum na téma „Kde a jak studenti získali informace pro své rozhodnutí studovat na VŠEM“ autorkou Andreou Boháčovou. Přestože se nejednalo o naprosto srovnatelné výzkumy, lze některá zjištěná data sekundárních výzkumů použít pro srovnání s daty z primárního výzkumu vztahující se k této práci. Představení sekundárních výzkumů se budou věnovat následující částech této kapitoly.

Na webových stránkách učímse.cz byly 8. 3. 2012 zveřejněny výsledky průzkumu společnosti LMC, která provedla vlastní online průzkum formou dotazníku mezi účastníky internetové diskuze se zástupci tuzemských univerzit a VŠ ve dnech 16.1. - 12. 2.2012 na téma „Co ovlivňuje studenty při výběru VŠ?“ Jak zpráva LMC (2012)

uvádí, zapojilo se do šetření téměř 2500 lidí. Jak na jednotlivé kladené otázky odpovídali respondenti, ukazují Tabulky 4 -8.

Mluvčí společnosti LMC, provozovatel portálu Jobs.cz Tomáš Ervín Dombrovský (2012) k výsledkům výzkumu uvádí, že mladí lidé jsou poměrně idealističtí, co se týče volby studijního oboru. Nejvíce je ovlivňuje vlastní zájem a chuť pracovat v daném oboru, až s velkým odstupem nastupuje kritérium dostatku příležitosti a uplatnění studovaného oboru.

Počet respondentů, kteří se chtějí hlásit na VŠ byl 1479 z čehož 602 studentů maturitních ročníků, 627 studentů VŠ nebo vyšších odborných škol a 250 dřívějších absolventů, kteří t.č. nestudují. Jednotlivé odpovědi nebyly rozděleny podle pohlaví, ale právě podle současného statutu (absolvent/student 4 ročníku/student VŠ nebo VOŠ). Pro účely srovnání průzkumu společnosti LMC a výzkumu, který je předmětem této práce, budou využity pouze odpovědi studentů maturitních ročníků. Odpovědi na otázky 1-5 jsou znázorněny v Tabulkách 4-8.

Tabulka 4 Odpovědi na otázku č. 1 Vybral/a jste si již konkrétní školu/y, na kterou se budete hlásit?

1. Vybral/a jste si již konkrétní školu/školy, na kterou se budete hlásit?				
Row Labels	Absolvent/ka SŠ	4. ročník SŠ (maturitní)	Student/ka VŠ/VOŠ	Grand Total
Grand Total	250	602	627	1479
Ne	51%	21%	26%	29%
Ano	49%	79%	74%	71%
Grand Total	100%	100%	100%	100%

Nejvíce jasno mají maturanti - konkrétní VŠ má již vybráno 79 % z nich (v období od 16.1. do 12.2.2012 - tj. cca 6 až 2 týdny před termínem pro podání přihlášek)

Naopak absolventi SŠ z minulých let si sice přihlášku podat chtějí, ale zřejmě vzhledem k jiným povinnostem (práce atd.) už nemají tolik času věnovat se včas výběru školy.

Zdroj: LMC (2012)

Tabulka 5 Odpovědi na otázku č. 2 Kolik přihlášek na VŠ si budete podávat?

2. Kolik přihlášek na VŠ budete podávat?				
Row Labels	Absolvent/ka SŠ	4. ročník SŠ (maturitní)	Student/ka VŠ/VOŠ	Grand Total
Grand Total	250	602	627	1479
1	19%	5%	28%	17%
2	42%	19%	34%	29%
3	24%	30%	24%	26%
4	8%	24%	9%	15%
5 a více	7%	22%	5%	12%
Grand Total	100%	100%	100%	100%

Zdroj: LMC (2012)

Tabulka 6 Odpovědi na otázku č. 3 Jaký obor to bude?

3. Jaký obor (obory) to bude?				
Row Labels	Absolvent/ka SŠ	4. ročník SŠ (maturitní)	Student/ka VŠ/VOŠ	Grand Total
Grand Total	250	602	627	1479
Ekonomie a management	38%	43%	40%	40%
Jazyky a mezinárodní studia	30%	33%	24%	29%
Medicína a farmacie	6%	5%	5%	5%
Přírodní vědy	8%	8%	7%	8%
Učitelství a sport	15%	13%	12%	13%
Humanitní a společenské vědy	38%	36%	26%	32%
Kultura a umění	15%	7%	9%	9%
Právo a veřejná správa	16%	21%	12%	16%
Technika a informatika	14%	27%	19%	22%
Zemědělství a veteriná	3%	2%	3%	2%
Jiné	6%	6%	5%	5%
Grand Total	100%	100%	100%	100%

Zdroj: LMC (2012)

Tabulka 7 Odpovědi na otázku č. 4 Jak jsou pro Vás při výběru vysoké školy důležitá následující kritéria?

4. Jak jsou pro Vás při výběru vysoké školy důležitá následující kritéria? (1 - rozhodně ano, 5 - rozhodně ne)				
Row Labels	Absolvent/ka SŠ	4. ročník SŠ (maturitní)	Student/ka VŠ/VOŠ	Grand Total
Obor studia	1,340	1,169	1,196	1,210
Možnost studia v zahraničí (intenzita spolupráce se zahraničními školami)	2,544	2,238	2,330	2,329
Kvalita výuky a vyučujících	1,392	1,410	1,399	1,402
Co nejnashší přijímací řízení (velká jistota přijetí)	2,608	2,779	3,120	2,895
Žádné nebo nízké školné	1,800	1,887	1,833	1,849
Vysoká prestiž školy	2,236	1,990	1,992	2,032
Škola je státní/veřejná, nikoli soukromá	1,840	1,726	1,829	1,789
Kombinovaná forma studia (tj. možnost studia při práci)	2,136	3,606	2,833	3,030
Lokalita školy - blízko bydliště	2,876	3,322	3,209	3,199
Snadné získání ubytování na koleji	3,616	3,150	3,402	3,335
Nízká obtížnost studia	3,148	3,630	3,700	3,578
Přátelská, neformální atmosféra ve škole	2,212	2,178	2,399	2,277
Možnost navázat kontakt s budoucími zaměstnavateli (intenzita spolupráce)	2,024	1,930	1,877	1,924

Zdroj: LMC (2012)

Tabulka 8 Odpovědi na otázku č. 5 Které výroky nejlépe vystihují, jak si vybíráte obor/předmět studia?

5. Které výroky nejlépe vystihují, jak si vybíráte obor/předmět studia? (1 - rozhodně ano, 5 - rozhodně ne)				
N=1479				
Row Labels	Absolvent/ka SŠ	4. ročník SŠ (maturitní)	Student/ka VŠ/VOŠ	Grand Total
Nejdůležitější je, aby mě obor studia bavil	1,360	1,297	1,461	1,377
Vybírám si takový obor studia, ve kterém chci později pracovat	1,432	1,349	1,525	1,437
Obor studia vybírám tak, abych později našel snadno zaměstnání	2,204	1,990	2,102	2,074
Chci studovat obor, ve kterém je práce vysoce finančně ohodnocena	2,508	2,090	2,285	2,243
V oboru studia bych chtěl vyniknout a přispět k jeho rozvoji, posunout ho c	2,208	2,194	2,333	2,256
Chci studovat obor, který je ostatními lidmi vysoce hodnocen	2,868	2,606	2,679	2,682
Na VŠ chci přednostně studovat obor, na který jsem se zaměřil/a na středn	3,108	2,879	3,051	2,991
S výběrem oboru mi radí rodiče	4,072	3,757	4,014	3,920
Jde mi především o získání vysokoškolského titulu, obor není tak podstatn	3,956	4,017	3,941	3,974
Při výběru oboru dám hodně na své spolužáky/kamarády	3,980	4,071	3,928	3,995
Na výběr oboru studia má/měl velký vliv můj pedagog ze střední školy	4,068	4,105	4,008	4,057

Zdroj: LMC (2012)

Je zřejmé, že na témata kritérií a samotné volby studia na VŠ proběhlo mnoho výzkumů (sekundární data) a ta budou v závěru práce konfrontovány výsledky vlastního výzkumu (primární data).

Také ČSÚ se pravidelně věnuje monitorování dalšího vzdělávání dospělých. Nejnovější publikace k tomuto tématu byla vydána 18. 5. 2013 pod názvem „Vzdělávání dospělých v České republice, Výstupy z šetření Adult Education Survey 2011“. V publikaci ČSÚ (2013) se uvádí: „Z pozdního vývoje v západních společnostech vycházejí bezprecedentní požadavky na vzdělávání. Technologické, kulturní i společenské změny podněcují potřebu přehodnotit priority vzdělávacích politik připravujících jednotlivce na ekonomické a společenské uplatnění. Jedním z ústředních principů restrukturalizovaných národních vzdělávacích soustav je flexibilita, tedy schopnost včasného přizpůsobení se aktuálním požadavkům jednotlivců, zaměstnavatelů, odvětví a pracovního trhu.“ V publikaci se používá pojem „Formální vzdělávání“, které je definováno jako klasické vzdělávání na základních, středních a vysokých školách. Dále jsou zde uváděny informace týkající se studujících ve věkových rozmezích 18—24, 25—29, 30—34, 35—39, 40 – 44, 45 – 69.

Na stránkách ČSÚ lze také nalézt statistiku úspěšnosti přijetí na VŠ viz Tabulka 9.

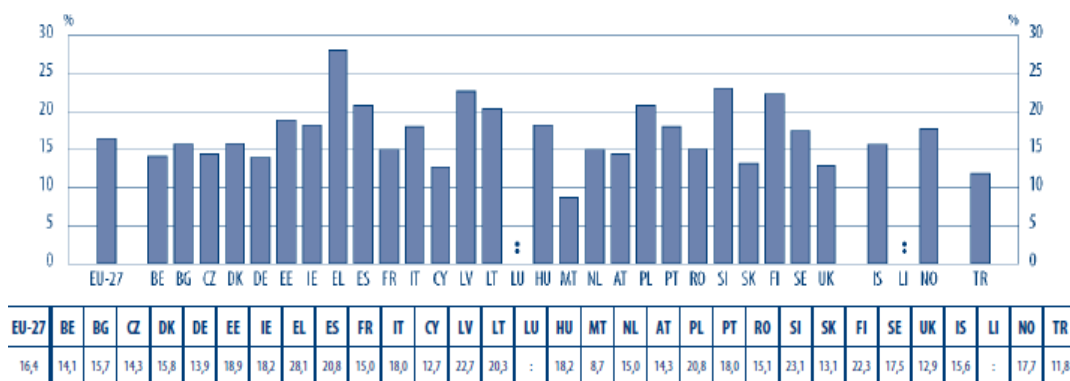
Tabulka 9 Úspěšnost při přijímání ke studiu

akademický rok													
Vysoké školy (bakalářské a magisterské studijní programy)	1999/2000	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/2010	2010/2011	2011/2012
úspěšnost v % celkem	45,0	43,7	52,1	56,1	59,2	58,0	61,1	64,6	66,2	70,6	77,2	76,0	74,5
ženy %	35,1	38,2	37,6	49,9	53,2	52,3	53,2	59,4	53,2	66,0	72,5	71,3	69,1
muži %	52,6	50,9	60,3	63,2	65,9	65,0	65,9	71,6	65,9	76,6	83,3	81,9	81,7

Zdroj: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (2013)

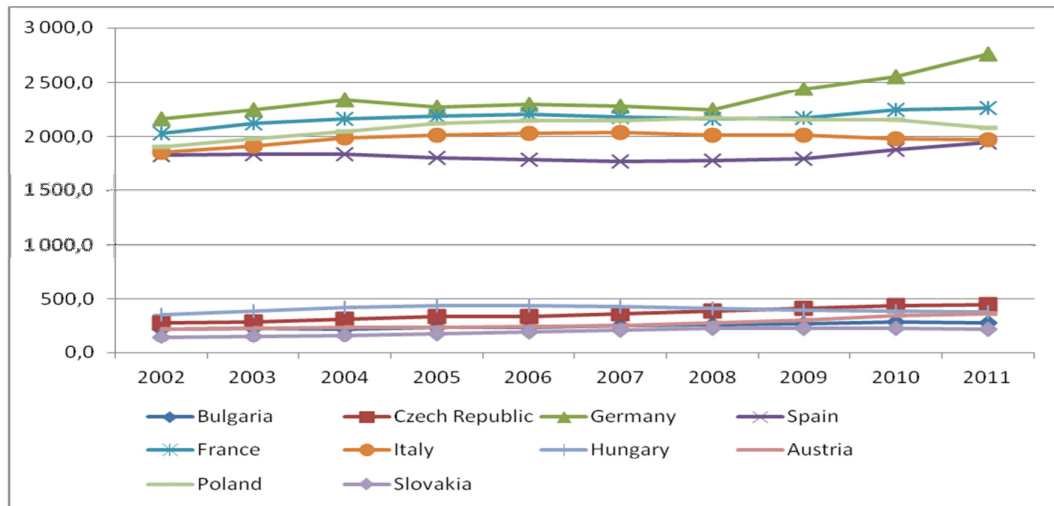
V publikaci Klíčové údaje o vysokém školství v Evropě 2007 (2007) se uvádí, že v roce 2004 se účastnilo terciárního vzdělávání ve 27 členských státech Evropské unie přes 18 milionů lidí, což představuje něco přes 15 %. Tento podíl spolu s odpovídajícími podíly v jednotlivých zemích uvedenými v grafu 4 podává celkem dobrý obraz o váze terciárního vzdělávání v národních vzdělávacích systémech. Přestože tato váha částečně závisí na míře účasti v terciárním vzdělávání, sama neukazuje, v jakém rozsahu jsou příslušné věkové skupiny na terciární úrovni zastoupeny. Podíly uvedené v grafu 4 se v jednotlivých zemích liší v závislosti na demografických a dalších faktorech. Nejvyšší podíl studentů na terciární úrovni je v Řecku, kde činí více než čtvrtinu všech účastníků vzdělávání. V šesti zemích (ve Španělsku, v Lotyšsku, Litvě, Polsku, ve Slovinsku a ve Finsku) studuje na úrovních ISCED 5 a 6 více než jeden student z pěti.

Graf 4 Studenti v terciárním vzdělávání jako podíl celkového počtu studentů a žáků, 2003/04



Zdroj : Eurostat (2013)

Graf 5 Vývoj počtu studentů VŠ v jiných členských státech EU



Vysvětlivky:

- Čísla na ose x znamenají roky, čísla na ose y znamenají počty studenty v tisících

Zdroj: Eurostat (2013)

Oproti tomu graf 5 znázorňuje vývoj počtu studentů v jiných členských státech EU. I z tohoto grafu je patrný stálý nárůst počtu studentů VŠ.

V Národním ústavu pro vzdělávání byl autorkou této práce osloven Ing. Jiří Vojtěch vedoucí oddělení pro analýzy kvalifikačních potřeb trhu práce Národního ústavu pro vzdělávání s dotazem, zda byl někdy NÚV prováděn podobný výzkum a s jakým výsledkem. Ing. Jiří Vojtěch dal k dispozici internetový odkaz na webové stránky, které spravuje NÚV a kde jsou volně k dispozici data spojená s obdobným výzkumem. V roce 2007 vydal NÚV (dříve Ústav pro informace ve vzdělávání) publikaci s názvem „Analýza ukazatele hodnotící přístup, účast a výstupy z terciálního vzdělávání, aneb Kolik vlastně máme studentů- hodně nebo málo?“ Tato analýza byla zpracována jako podkladová studie pro Bílou knihu terciálního vzdělávání České republiky, jak v publikaci uvádí Kleňhová (2007). V uvedené publikaci Kleňhová (2007) dále uvádí, že za posledních šest let (2001-2006) narostl počet poprvé zapsaných studentů do bakalářských a magisterských studijních programů na vysokých školách o 60% s tím, že naprostá většina studentů byla poprvé zapsána do bakalářských studijních programů. Od

roku 2001 do roku 2006 se jejich počet ztrojnásobil a narostl o 49 tisíc, jak je možné vysledovat z grafu 1. Publikace se svým rozsahem zabývá mnoha ukazateli jako např. ukazateli terciálního vzdělávání o absolutních počtech studentů, ukazateli charakterizující výstupy z terciálního vzdělávání apod., ale ty nejsou již pro náš výzkum podstatné.

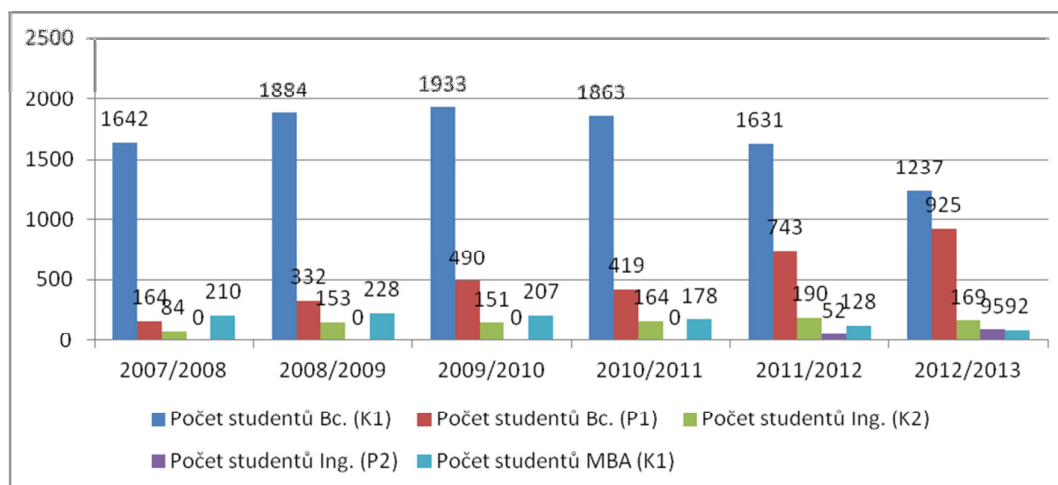
V tiskové zprávě VŠO (2011) jsou zveřejněny výsledky ankety provedené 25.-26. 1. 2011 v rámci pražského veletrhu pomaturitního a celoživotního vzdělávání Gaudeamus. Bylo dotázáno 148 lidí ve věku 18 až 25 let. Z ankety vyplynulo, že pro 43% dotázaných jsou to právě rodiče, kteří na ně mají největší vliv při výběru VŠ, dalších 35,8% se rozhoduje samo. Jako nejvíce perspektivní obory pro studium volilo 35,8% ekonomické obory a 29,1% technické obory. Na dotaz, zda souhlasí s placením školného i na nesoukromých školách, odpověděli respondenti tak, že pouze 8,1% zastávalo názor, že rozhodně ano, oproti tomu rozhodně ne odpovědělo 33,1% respondentů. Odpovědi spíše ano a spíše ne dostaly shodně 28,4% odpovědí.

V září 2009 a 2010 byl proveden na VUT v Brně průzkum studentů prvních ročníků formou dotazníku. Jak uvádí studie provedená Institutem celoživotního vzdělávání VUT v Brně (2009 a 2010), první část dotazníku byla na zaměřena zjištění, jakým způsobem se studenti učí, co jim při přípravě na zkoušení nebo písemný test působí největší potíže a co si myslí, že by jim pomohlo naučit se, a tím i ulehčit přípravu do školy. Studenti při odpovídání vycházeli ze svých zkušeností, které získali při studiu střední školy. Druhá část dotazníku se soustředila na zjištění, na základě čeho se studenti rozhodli studovat vysokou školu a jaké obavy při nástupu na VŠ mají. Cílem třetí části dotazníku bylo popsat různá znevýhodnění studentů a důvody, které mohou vést k obtížnému zvládnutí studia a ukončení studia jinak než úspěšně. Závěrečná část dotazníku byla věnována zjišťování povědomí o existenci Poradenského centra pro studenty a jeho služeb. Smyslem celého průzkumu bylo, zda zjištěné informace pomohou přispět k zlepšení nabídky služeb poskytovaných Poradenským centrem pro studenty, která tak bude lépe odrážet potřeby studentů VUT v Brně. Jak uvádí studie provedená Institutem celoživotního vzdělávání VUT v Brně (2009 a 2010), průzkumu se zúčastnilo celkem 438 studentů VUT, z toho 63 % mužů a 37 % žen. Nejvíce studentů zapojených do

průzkumu pocházelo z Fakulty stavební (28 %), zatímco nejméně z Fakulty výtvarných umění (0,2 %). Na otázku proč se hlásili na vysokou školu, odpověděla většina studentů, že se rozhodla studovat vysokou školu, protože studium vidí jako možnost lépe se v budoucnu uplatnit na pracovním trhu (92 %) a rozšířit své znalosti a dovednosti (76 %). Naopak jen velmi málo studentů bylo ovlivněno svým okolím, 7% studentů uvádí, že si vybírali školu na základě přání rodičů, případně proto, že ji studují jejich přátelé (5 %). Závěrem studie provedené Institutem celoživotního vzdělávání VUT v Brně (2009 a 2010) se uvádí, že výsledky tohoto šetření poskytují zajímavé informace o tom, jaké návyky si studenti ze SŠ na VŠ přinášejí. Výsledky tohoto šetření mají podpořit a zlepšit služby poskytované Poradenským centrem a očekává se, že jejich aplikace pomůže především budoucím studentům prvních ročníků bakalářského studia s přechodem do nového prostředí a překonat obavy. Výsledky také poslouží jako vodítko pro sestavování nabídky kurzů a dalších aktivit určených pro studenty VUT v Brně.

V rámci bakalářských prací na Vysoké škole ekonomie a managementu v Praze provedla v roce 2011 Andrea Boháčová marketingový výzkum formou dotazníku na téma „Kde a jak studenti získali informace pro své rozhodnutí studovat na VŠEM“. Nosná část této práce se věnovala otázkám, které zdroje informací byly rozhodující pro studium na VŠEM, kritéria na základě kterých se studenti rozhodovali studovat na VŠEM a jaká média jako zdroj informací pro to byla využívána. Podle Boháčové (2011) výsledky výzkumu ukázaly, že jako důležitá kritéria výběru studenti volí výši školného, obor, který lze studovat, celkovou finanční náročnost studia a formu studia. Jako nejsilnější zdroj informací byly webové stránky školy, známí a přátelé, vyhledávání pomocí klíčových slov, kolegové v práci, dny otevřených dveří a rodina a přátelé. Podle Boháčové (2011) je VŠEM příkladem soukromé vysoké školy, která meziročně zaznamenává vzrůstající zájem o studium. Vývoj počtu studentů na této škole je znázorněn v grafu 6.

Graf 6 Vývoj počtu studentů na VŠEM podle typu studia



Vysvětlivky:

- Čísla na ose x znamenají roky, čísla na ose y znamenají počty studentů

Zdroj: VŠEM (2013)

V sociologické časopise vydávaném Sociologickým ústavem AV ČR byla v roce 2010 zveřejněna obsáhlá studie na téma „Přechod mezi střední a vysokou školou a role různých modelů přijímacích řízení“, jehož autory jsou Tomáš Konečný, Josef Basel a Jan Mysliveček. Konečný, Basel a Mysliveček (2010) ve studii zkoumá problematiku přechodu ze střední na vysokou školu především z pohledu socioekonomického. Konečný, Basel a Mysliveček (2010) také poukazují na velkou skupinu studentů středních škol z rodin s nižším socioekonomickým zázemím, kteří neuvažovali o studiu na vysoké škole a to i přes výborné výsledky v testech studijních předpokladů. Jedná se o jiný pohled na problematiku přechodu ze SŠ na VŠ.

3 Metodologická část

Projekt bakalářské práce byl vypracován 23. 3. 2012 a zaslán ke schválení vedoucímu bakalářské práce. Po schválení projektu jsem vypracovala zadání bakalářské, které mi bylo schválené 11. 6. 2012 rektorem Prof. Ing. Milanem Žákem, CSc.

Před započítím práce na bakalářské práci bylo potřeba strukturovat cíle pro část teoretickou, metodologickou a praktickou a především hlavní cíl celé práce.

Poté jsem pomocí databáze Proquest našla zdroje sekundárních dat a ta jsem využila v kapitole 2.1, kde jsem zároveň provedla literární rešerši těchto zdrojů. K dalšímu získání dat jsem využila internetový vyhledávač Google, kde jsem pomocí metody SEO po zadání klíčových slov vztahujících se k tématu této práce, získala odkazy na obdobné výzkumy, které jsou uvedeny také v kapitole 2.1.

Poté, co jsem se seznámila s metodikou marketingového výzkumu, jsem se rozhodla provést jednorázový, kvantitativní, monitorovací průzkum formou P+P (Paper pencil).

Při výběru respondentského souboru jsem postupovala následujícím způsobem. Oslovila jsem ředitele pražských škol: SPŠS v Praze 5, Gymnázia Jaroslava Heyrovského v Praze 5, Střední hotelové školy v Praze 10 a Střední zdravotnické školy v Praze 5 formou e-mailové žádosti o svolení k provedení průzkumu preferencí studentů maturitních ročníků při výběru vysokých škol. Při výběru vysokých škol jsem vycházela z toho, že na SPŠS studují především muži, na gymnáziu jsem předpokládala přibližně stejné počty mužů i žen. Na střední zdravotnické škole studují v převážné většině ženy, podobně jako na střední hotelové škole. Tím jsem se snažila obsáhnout střední školy s různorodým zaměřením a rozložením podle pohlaví a předpokládala jsem, že tím získám pestrý respondentský soubor. Na moji žádost o provedení průzkumu mezi studenty maturitních ročníků reagovali kladně ředitelé SPŠS, Gymnázia Jaroslava Heyrovského a Střední hotelové školy a byla mi přislíbena součinnost.

Po získání svolení s provedením průzkumu jsem začala pracovat na dotazníku. Dotazník obsahoval 5 částí a sestával z převážně uzavřených otázek s možností výběru z několika nabízených možností. V první úvodní části byl uveden název projektu, jméno a příjmení tazatele a kontakt na tazatele. První, co respondent vyplnil v této části byl datum a čas realizace průzkumu. Závěrem úvodní části bylo vysvětlení smyslu dotazníku a

poděkování za ochotu a spolupráci. Další část dotazníku obsahovala dvě filtrační otázky určující skladbu respondentů. Vzhledem k tomu, že dotazníky byly rozdány pouze studentům maturitních ročníků, nebylo třeba klást otázky, zda je respondent student, ani otázky týkající se věku, který sám o sobě vyplýval z toho, že se jednalo o studenty maturitních ročníků. První filtrační otázka se týkala pohlaví studenta a druhá se ptala na školu studenta.

Třetí část dotazníku obsahovala analytické otázky č. 3 -9, jako např. Zda si respondent bude podávat přihlášku na VŠ. Při odpovědi „ne“, byl respondent vyzván k ukončení a odevzdání dotazníku. Pokud odpověděl „ano“ nebo „nevím“, pokračoval ve vyplňování dotazníku. Otázka číslo čtyři se ptala, na kolik vysokých škol si bude respondent podávat přihlášku. Otázka číslo pět monitorovala prospěchový průměr respondentů. Šestá otázka zněla, na kterou vysokou školu (myšleno zaměření) si podá přihlášku. Sedmá otázka zněla, „Jaký zdroj informací jste využíval (a) pro výběr VŠ? Zde si mohl respondent vybrat ze 13 ti nabízených možností a mohl zaškrtnout maximálně tři možnosti. Další otázka zjišťovala, zda respondentům chyběly nějaké informace při rozhodování o budoucí VŠ. Nejnosenější otázkou byla otázka devátá, kde měli respondenti oznamkovat stupeň důležitosti jednotlivých parametrů, kdy 1 znamenala velmi důležité, 5 naprosto nedůležité.

Závěrečná část dotazníku obsahovala kontrolní otázky, které zjišťovaly, kde respondenti získávají obecné informace, zda mají možnost pracovat doma s internetem a jak často internet využívají. Smyslem těchto otázek bylo ověřit relevantnost dotazníku. Na úplném konci dotazníku je opět poděkování za spolupráci a přání hodně úspěchů u maturit a v budoucím studiu.

Dotazník jako takový byl dvoustránkový resp. jeden list. Vytisknuté dotazníky jsem doručila ředitelům jednotlivých škol a oni je předali třídním učitelům maturitních ročníků. Díky laskavé spolupráci učitelů i studentů byla návratnost dotazníků 100%, z čehož jsem po kontrole vyřadila 15 dotazníků, kdy přestože student odpověděl, že si nebude podávat přihlášku ke studiu na VŠ, pokračoval ve vyplňování.

Celkový počet hodnocených dotazníků byl 339, přičemž 101 bylo ze SPŠS, 125 z Gymnázia Heyrovského a 113 z Hotelové školy.

Všechny obdržené dotazníky jsem přepsala do excelového souboru tak, abych s jednotlivými daty mohla dále pracovat, filtrovat výsledky a převádět je do tabulek a grafů. Otázky č. 3-8 jsem zpracovala ve frekvenčních a kontingenčních tabulkách ve struktuře respondentského souboru podle pohlaví (1.1 a 1.2) a podle typu školy (2.1, 2.2 a 2.3). Zároveň jsem využila možností excelu a pomocí funkcí jsem získala maximální hodnoty a minimální hodnoty u jednotlivých variant odpovědí, průměrné hodnoty, variační rozpětí, rozptyl hodnot a směrodatnou odchylku. Otázku č. 9 jsem zpracovala samostatně tak, že ve sloupcích byla uvedena pořadová čísla jednotlivých parametrů rozhodování. V řádku byly uvedeny známky hodnocení od 1 do 5. Ze základního excelového souboru všech odpovědí jsem si postupně filtrovala, kolik respondentů dalo jednotlivému parametru určitou známku. Uvažovala jsem, že známka 1 a 2 si je co do důležitosti velmi podobná, neboť se jedná pouze o subjektivní pocit respondenta a rozdíl mezi 1 a 2 jsem považovala za nepatrný. Podobně jsem uvažovala u známek 4 a 5. Znamku 3 jsem se rozhodla pro zjednodušení ignorovat, přesto v tabulce figuruje, ale pouze nevýrazně podbarvená. Z těchto důvodů jsem jedničky a dvojky sečetla, stejně jako čtyřky a pětky. Takto jsem vypracovala čtyři tabulky. První obsahovala všechny ženy a muže, druhá ženy a muže ze SPŠS, třetí ženy a muže z SHŠ a čtvrtá ženy a muže z GJH. Protože se počty respondentů na jednotlivých školách liší, převedla jsem počty na procenta. Všechny čtyři získané tabulky jsem položila vedle sebe a pro jasnost jsem různě podbarvila políčka podle počtu výskytů. Tím je na první pohled zřetelné které dotazované parametry mají nejčastější výskyty a zároveň, zda je u těchto parametrů shoda u všech škol.

Otázky 10, 11 a 12 jsem zpracovala ve sloupcových grafech.

Výsledky získané primárním průzkumem jsem zpracovala do grafů a tabulek do samostatné kapitoly. Poté jsem okomentovala výsledky vlastního průzkumu a konfrontovala jsem je s výsledky jiných výzkumů. Výsledky výzkumu lze zobecnit pouze na studenty maturitních ročníků zkoumaných tří škol, přesto jsem na základě výsledků obecná doporučení pro VŠ a konkrétní pro VŠEM.

4 Prakticko analytická část

Prakticko analytická část je strukturována do subkapitol 4.1 – 4.6. V první subkapitole 4.1 je představen problém, který tato práce řeší, ve druhé kapitole 4.2 je představen respondentický soubor, třetí subkapitola 4.3 seznamuje se strukturou dotazníku, ve čtvrté 4.4 jsou uvedeny výsledky vlastního výzkumu, v páté 4.5 jsou komentáře autorky k těmto výsledkům, v šesté 4.6 jsou konfrontovány výsledky autorky této práce s výsledky jiných autorů a výzkumů. Doporučení na základě zjištěných výsledků je zpracováno v kapitole 4.7.

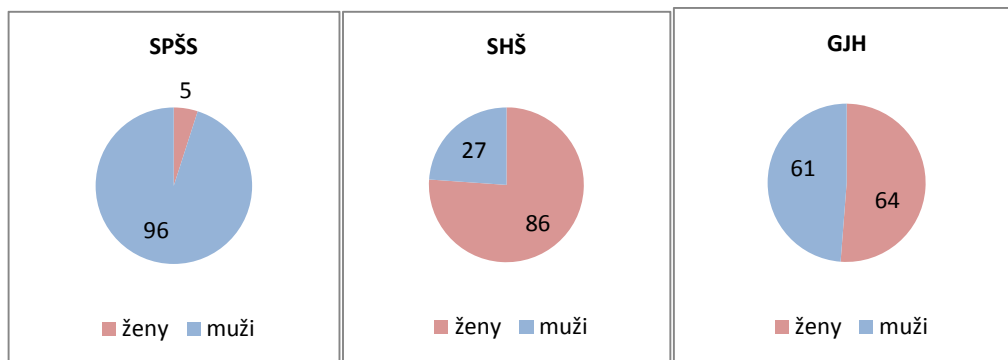
4.1 Představení problému

Zkoumanou problematikou této práce je identifikace rozhodovacích kritérií, která studenti SŠ volili při výběru VŠ. Tendencí posledních let je nárůst počtu vysokých škol a zároveň klesající populační křivka. To, podle autorky, dává uchazečům o studiu na VŠ mnohem větší možnost výběru a zvyšuje jejich šance na přijetí. Tato část práce se snaží najít odpověď na otázku, která rozhodovací kritéria byla pro studenty nejdůležitější a tím i možná doporučení pro vysoké školy, jakým směrem soustředit svoji pozornost při prezentaci vlastní školy a získávání budoucích studentů.

4.2 Představení respondentického souboru

Výzkumu se zúčastnilo 347 respondentů ze tří středních škol. Z výzkumu bylo vyřazeno pro nevěrohodnost 8 dotazníků (1 z SPŠS, 3 z GJH a 4 ze SHŠ) tzn., že bylo vyhodnocováno 339 dotazníků. Celkově se výzkumu zúčastnilo 155 (46%) žen a 184 (54%) mužů. Jednotlivé rozložení mužů a žen zobrazuje graf 7.

Graf 7 Rozložení respondentského souboru



Zdroj: Vlastní výzkum (Jindráková, duben 2012)

První oslovenou školou byla Střední průmyslová škola strojní (SPŠS) sídlem Preslova 25, Praha 5. Počet studentů v maturitních ročnících 124, zúčastnilo se 101, z toho 5 žen a 96 mužů. Návratnost dotazníků 100%, použitelnost 100 dotazníků, tj. 99%.

Druhou oslovenou školou byla Střední hotelová škola (SHŠ) se sídlem Vršovická 43, Praha 10. Počet studentů v maturitních ročnících 145, zúčastnilo se 113, z toho 86 žen a 27 mužů. Návratnost dotazníků 100%, použitelnost 109 dotazníků, tj. 95,6 %.

Třetí oslovenou školou bylo Gymnázium Jaroslava Heyrovského (GJH) se sídlem Mezi školami 2475/29, Praha 5. Počet studentů v maturitních ročnících 132, zúčastnilo se 125, z toho žen 64 a 61 mužů. Návratnost dotazníků 100%, použitelnost 122 dotazníků, tj. 97,6%.

4.3 Dotazník

Dotazník sestával ze dvou filtračních otázek, sedmi analytických a třech kontrolních otázek. Otázky 1 – 8 byly uzavřené s možností zaškrtnout jednu a v případě otázek 6 a 7 až tři odpovědi. Otázka číslo devět umožňovala škálové známkování 26 parametrů od 1 do 5. Otázky 10 – 12 byly otázky uzavřené kontrolní. Celý dotazník je přílohou této práce č. 1. Podrobný rozbor dotazníku je zmíněn v kapitole 3.

4.4 Výsledky vlastního průzkumu

Pro hodnocení otázek 3 – 8 bylo zvolena metoda frekvenční tabulky, kde na ose x jsou uvedeny číslování odpovědi na filtrační otázky č. 1 (1.1 a 1.2) a č. 2 (2.1, 2.2 a 2.3). Na ose y frekvenční tabulky jsou zobrazené číslování odpovědi na analytické otázky 3 – 8 (viz Tabulka 10).

Tabulka 10 Četnosti odpovědí na otázky 3, 4, 5, 6, 7 a 8 ve struktuře respondentského souboru podle pohlaví (1.1 a 1.2) a podle typu školy (2.1, 2.2 a 2.3)

8.2	14	17	8	3	21
8.1	127	151	90	84	104
7.13	7	14	2	3	16
7.12	75	81	52	41	63
7.11	7	7	4	2	8
7.10	54	49	28	32	43
7.9	10	12	9	8	5
7.8	46	37	22	23	38
7.7	1	4	3	1	1
7.6	4	10	9	1	4
7.5	49	23	11	44	17
7.4	58	75	48	31	54
7.3	28	35	16	16	31
7.2	87	89	56	45	75
7.1	64	70	42	25	67
6.8	17	4	0	12	12
6.7	18	6	2	0	22
6.6	8	15	5	6	12
6.5	4	11	3	4	8
6.4	15	108	84	2	37
6.3	12	11	6	2	15
6.2	73	69	30	64	48
6.1	49	23	3	17	52
5.4	5	22	10	6	11
5.3	46	68	47	28	39
5.2	59	57	32	42	43
5.1	31	21	9	11	32
4.4	22	36	13	7	38
4.3	38	36	27	10	37
4.2	44	59	41	31	31
4.1	37	37	17	39	19
3.3	7	6	2	8	3
3.2	14	16	3	26	1
3.1	134	162	96	79	121
	1.1	1.2	2.1	2.2	2.3

Vysvětlivky:

- čísla na ose x v tabulce znamenají: 1.1 = žena, 1.2 = muž, 2.1 = studenti SPŠS, 2.2 = studenti SHŠ, 2.3 = studenti GJH

- čísla na ose y v tabulce znamenají: 3.1 = bude si podávat přihlášku, 3.2 = nebude si podávat přihlášku, 3.3 = neví, zda si bude podávat přihlášku, 4.1 = jedna přihláška, 4.2 = dvě přihlášky, 4.3 = tři přihlášky, 4.4 = více než 3 přihlášky, 5.1 = průměr známek 1 – 1,5; 5.2 = průměr známek 1,51 – 2,0; 5.3 = průměr známek 2,1 – 2,5; 5.4 = průměr známek nad 2,5; 6.1 = humanitní obor, 6.2 = ekonomický obor, 6.3 = umělecký obor, 6.4 = technický obor, 6.5 = sportovní obor, 6.6 = právní obor, 6.7 = lékařský obor, 6.8 = jiný obor, 7.1 = rodina, příbuzní, 7.2 = známí, přátelé, 7.3 = absolventi škol, 7.4 = dny otevřených dveří, 7.5 = veletrh věnovaný vzdělávání, 7.6 = TV, 7.7 = rádio, 7.8 = noviny, časopisy, 7.9 = reklamní plakáty, 7.10 = letáky VŠ, 7.11 = pedagogický poradce na škole, 7.12 = weby specializované na VŠ studium, 7.13 = jiné, 8.1 = nechyběly informace, 8.2 chyběly informace

Jak bylo zmíněno v kapitole 3, byly u hodnot uvedených v Tabulce četností 10 zjišťovány také statistické charakteristiky pro otázky 3 – 7. U otázky č. 8 tyto hodnoty nebyly zjišťovány z důvodu pouze dvou typů odpovědí (ano a ne) viz Tabulka 11.

Tabulka 11 Statistické charakteristiky k otázkám 3, 4, 5, 6 a 7.

minimální počet výskytů u otázky č. 7	1	4	2	1	1
maximální počet výskytů u otázky č. 7	87	89	56	45	75
průměrný počet výskytů u otázky č. 7	38	39	23	21	32
variační rozpětí u otázky č. 7	86	85	54	44	74
rozptyl hodnot u otázky č. 7	817	872	364	263	631
směrodatná odchylka u otázky č. 7	29	30	19	16	25
minimální počet výskytů u otázky č. 6	4	4	0	0	8
maximální počet výskytů u otázky č. 6	73	108	84	64	52
průměrný počet výskytů u otázky č. 6	25	31	17	13	26
variační rozpětí u otázky č. 6	69	104	84	64	44
rozptyl hodnot u otázky č. 6	499	1231	728	395	267
směrodatná odchylka u otázky č. 6	22	35	27	20	16
minimální počet výskytů u otázky č. 5	5	21	9	6	11
maximální počet výskytů u otázky č. 5	59	68	47	42	43
průměrný počet výskytů u otázky č. 5	35	42	25	22	31
variační rozpětí u otázky č. 5	54	47	38	36	32
rozptyl hodnot u otázky č. 5	448	279	206	193	133
směrodatná odchylka u otázky č. 5	20	21	16	14	12
minimální počet výskytů u otázky č. 4	22	36	13	7	19
maximální počet výskytů u otázky č. 4	44	59	41	39	38
průměrný počet výskytů u otázky č. 4	35	42	25	22	31
variační rozpětí u otázky č. 4	22	23	28	32	19
rozptyl hodnot u otázky č. 4	66	97	117	185	57
směrodatná odchylka u otázky č. 4	8	10	11	14	8
minimální počet výskytů u otázky č. 3	7	6	2	8	1
maximální počet výskytů u otázky č. 3	134	162	96	79	121
průměrný počet výskytů u otázky č. 3	52	61	34	38	42
variační rozpětí u otázky č. 3	127	156	94	71	120
rozptyl hodnot u otázky č. 3	3398	5084	1943	908	3148
směrodatná odchylka u otázky č. 3	58	71	44	30	56
	1.1	1.2	2.1	2.2	2.3

Vysvětlivky:

- čísla na ose x v tabulce znamenají: 1.1 = žena, 1.2 = muž, 2.1 = studenti SPŠS, 2.2 = studenti SHŠ, 2.3 = studenti GJH

Pro hodnocení otázek 3, 4, 5 a 8 byla také zvolena metoda kontingenční tabulky, kde jsou jednotlivé četnosti vyjádřeny procentuálně. Na ose x jsou uvedeny číslování odpovědi na filtrační otázky č. 1 (1.1 a 1.2) a č. 2 (2.1, 2.2 a 2.3). Na ose y frekvenční tabulky jsou zobrazené číslování odpovědi na analytické otázky 3, 4, 5 a 8 (viz Tabulka 12). Jak již bylo zmíněno v kapitole 3, u otázek č. 6 a 7 bylo umožněno zaškrtnout více možností odpovědí a proto nesouhlasil počet respondentů s počtem výskytů. Z tohoto nebyly pro tyto otázky konstruovány kontingenční tabulky.

Tabulka 12 Procentuální četnosti odpovědi na otázky 3, 4, 5, a 8 ve struktuře respondentského souboru podle pohlaví (1.1 a 1.2) a podle typu školy (2.1, 2.2 a 2.3)

8.2	10	10	8	3	17
8.1	90	90	92	97	83
5.4	4	13	10	7	9
5.3	33	40	48	32	31
5.2	42	34	33	48	34
5.1	22	13	9	13	26
4.4	16	21	13	8	30
4.3	27	21	28	11	30
4.2	31	35	42	36	25
4.1	26	22	17	45	15
3.3	5	3	2	7	2
3.2	9	9	3	23	1
3.1	86	88	95	70	97
	1.1	1.2	2.1	2.2	2.3

Vysvětlivky:

- čísla na ose x v tabulce znamenají: 1.1 = žena, 1.2 = muž, 2.1 = studenti SPŠS, 2.2 = studenti SHŠ, 2.3 = studenti GJH
- čísla na ose y v tabulce znamenají: 3.1 = bude si podávat přihlášku, 3.2 = nebude si podávat přihlášku, 3.3 = neví, zda si bude podávat přihlášku, 4.1 = jedna přihláška, 4.2 = dvě přihlášky, 4.3 = tři přihlášky, 4.4 = více než 3 přihlášky, 5.1 = průměr známek 1 – 1,5; 5.2 = průměr známek 1,51 – 2,0; 5.3 = průměr známek 2,1 – 2,5; 5.4 = průměr známek nad 2,5; 8.1 = nechyběly informace, 8.2 chyběly informace

Tabulka 13 komplexně zpracovává nosnou otázku celého průzkumu č. 9, kde respondenti hodnotili škálou od 1 – velmi důležité až po 5 – naprosto nedůležité 26 otázek vtahující se jejich preferencím při výběru vysoké školy.

Tabulka 13 Zpracování otázky č. 9, Stupeň důležitosti, jakou pro Vás má konkrétní parametr při výběru VŠ (1 velmi důležité, 5 naprosto nedůležité)

otázka	všechny ženy + muži					ženy + muži SPŠS					ženy + muži hotelová škola					ženy + muži gymnázium							
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
9.1	56	23	126	42,6	34	36	130	43,8	29	27	3	30	31,3	15	15	36	51	33,3	9	16	6	49,6	
9.2	157	44	201	81,4	7	20	27	9,4	20	66	10	76	79,2	0	0	10	10	34,4	0	40	20	60	75,9
9.3	231	53	285	96,5	1	2	3	1,0	20	79	15	94	97,9	0	0	0	0	0	0	57	16	73	92,4
9.4	149	104	253	85,5	1	9	10	3,4	20	51	35	86	89,6	0	1	1	1,0	0	0	30	31	61	77,2
9.5	83	95	178	60,1	25	18	43	14,5	20	42	36	76	81,3	3	1	4	4,2	0	0	24	27	51	54,6
9.6	14	71	135	32,4	12	31	43	21,5	20	46	27	73	75,0	3	1	4	4,3	0	0	23	19	42	53,2
9.7	23	46	69	23,3	62	63	130	43,8	20	6	13	19	19,8	2	3	25	49	51,8	0	8	15	23	29,1
9.8	2	2	41	13,9	30	32	30	63,8	20	4	4	10	10,4	15	20	40	7	22,9	0	7	10	17	21,2
9.9	110	72	183	61,8	14	38	52	17,5	20	33	32	65	67,7	19	5	7	7,3	2,5	0	37	20	57	72,2
9.10	79	111	210	70,9	11	10	21	7,3	20	18	47	65	67,7	23	3	3	3,3	0	0	20	33	43	67,3
9.11	56	108	157	53,0	28	17	42	14,2	20	23	33	56	58,3	27	8	13	13,5	0	0	14	28	42	53,2
9.12	50	92	142	48,0	25	24	49	15,6	20	20	27	47	49,0	37	8	4	4,2	0	0	17	23	40	50,6
9.13	15	37	52	17,6	58	138	196	66,2	20	5	9	14	14,6	15	19	48	67	69,8	0	7	15	22	27,8
9.14	54	64	118	39,9	38	57	95	32,3	20	10	18	28	29,2	23	16	31	45	46,3	0	22	10	32	40,5
9.15	38	86	125	42,2	42	48	72	27,9	20	15	28	41	42,7	24	15	15	15,1	0	0	10	20	30	38,0
9.16	64	112	176	59,3	28	20	46	16,2	20	21	33	54	56,3	27	6	9	13	13,8	0	17	28	45	57,0
9.17	10	21	37	12,5	49	68	117	37,3	20	3	4	9	9,4	15	13	40	7	25,0	0	3	7	10	12,1
9.18	4	5	69	23,3	69	57	136	45,8	20	9	14	17	17,7	32	20	26	48	57,8	0	7	21	28	35,4
9.19	43	107	150	50,7	37	37	84	21,6	20	11	33	44	45,8	28	8	15	23	24,6	0	13	29	42	51,2
9.20	197	77	274	92,6	4	5	9	3,0	20	61	26	97	90,6	6	1	1	1,0	2	0	58	18	76	96,2
9.21	42	86	130	43,9	43	37	80	27,8	20	19	33	52	54,2	26	9	18	18,8	0	0	8	25	33	41,8
9.22	40	51	91	30,7	19	15	37	16,3	20	8	11	19	19,8	24	13	15	15,7	0	0	20	15	35	44,3
9.23	40	115	155	65,9	15	21	36	12,2	20	20	38	58	60,4	21	5	12	17	17,7	0	22	31	53	67,3
9.24	57	123	180	60,8	18	18	36	12,2	20	19	34	53	55,2	26	10	7	17	17,7	0	13	39	52	65,8
9.25	45	124	169	63,9	19	17	46	12,2	20	33	46	79	82,3	3	3	3	3,3	0	0	9	29	48	60,4
9.26	37	90	127	42,9	38	38	73	24,7	20	13	28	43	44,8	36	8	17	17,8	0	0	11	26	37	46,8

Vysvětlivky:

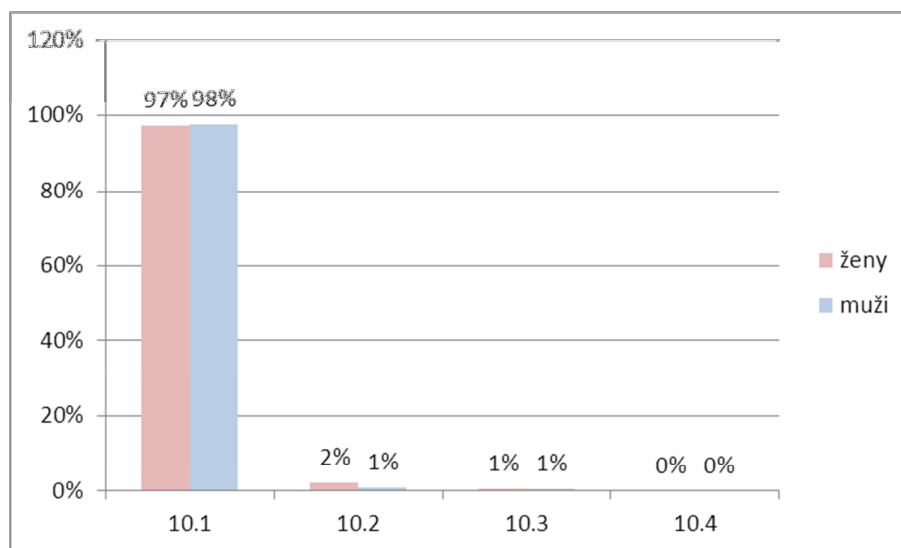
- Čísla na ose y v tabulce znamenají: 9.1 = jde o soukromou VŠ, 9.2 = jde o státní VŠ, 9.3 = nabízené studijní obory, 9.4 = korespondence vybraného oboru s Vašimi zájmy, 9.5 = vysoké šance na přijetí, 9.6 = možnost přijetí bez přijímacího řízení, 9.7 = možnost stipendia, 9.8 = možnost ubytování, 9.9 = výše školného, 9.10 = prestiž školy, 9.11 = vysoká náročnost studia, 9.12 = časová náročnost studia, 9.13 = možnost studovat vybraný obor kombinovanou formou (dálkově), 9.14 = možnost zúčastnit se programu ERASMUS, 9.15 = kvalita poskytnuté studijní literatury, 9.16 = reference

současných studentů vybrané VŠ, 9.17 = rodinná tradice, 9.18 = reference učitelů na Vaší střední škole, 9.19 = nabídka seminářů se zajímavými lidmi z praxe, 9.20 = budoucí pracovní uplatnění, 9.21 = vzdálenost školy od místa bydliště, 9.22 = možnost studovat v cizím jazyce, 9.23 = možnost zapojení se do praxe během studia, 9.24 = reference o kvalitě lektorů, 9.25 = vybavení školy, 9.26 = způsob kontroly studia (písemné zkoušení x ústní zkoušení)

Zdroj: Vlastní výzkum (Jindráková, duben 2012)

Co se týče médií, která respondenti využívají k vyhledávání obecných informací, v drtivé většině a to u 97% žen a 98% mužů to je internet, což je vzhledem k věku respondentů očekávaný výsledek.

Graf 8 Procentuální vyjádření odpovědí na otázku č. 10, Ve kterém médiu vyhledáváte obecné informace ? ženy + muž

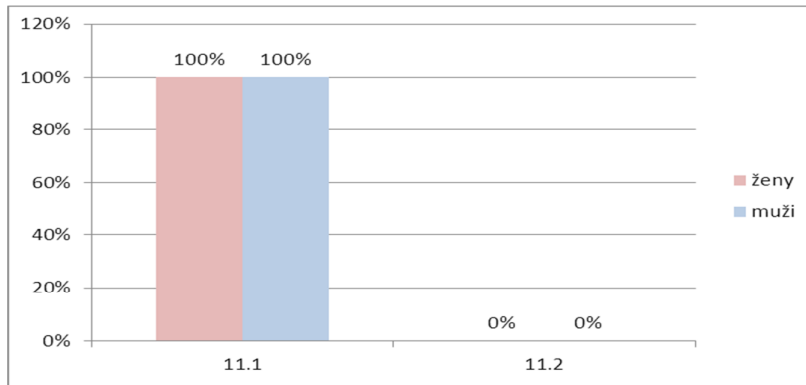


Vysvětlivky:

Legenda: 10.1 = na internetu, 10.2 = v novinách a časopisech, 10.3 = na veletrzích, 10.4 = jinde

Zdroj: Vlastní výzkum (Jindráková, duben 2012)

Graf 9 Procentuální vyjádření odpovědí na otázku č. 11, Máte možnost pracovat doma s internetem? – muži + ženy



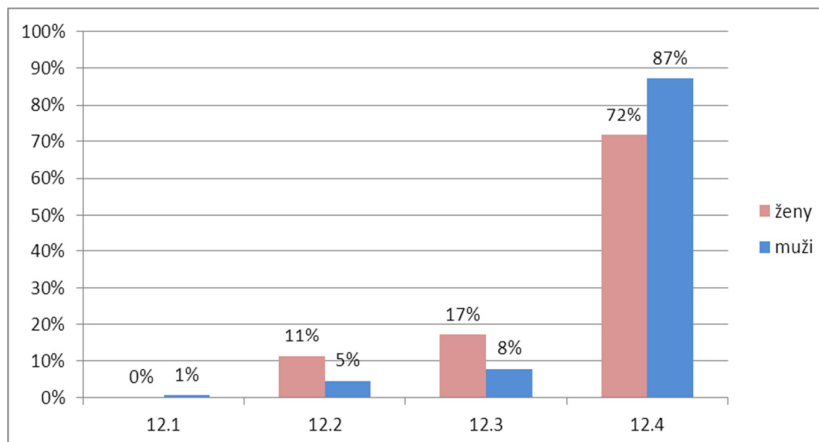
Vysvětlivky:

Legenda: osa x - 11.1 = ano, 11.2 = ne

Zdroj: Vlastní výzkum (Jindráková, duben 2012)

Odpovědi na otázky č. 11 „Máte možnost pracovat doma s internetem?“ a č. 12 „Jak často využíváte internet?“ jsou zobrazeny v grafech a jedná se o odpovědi na kontrolní otázky v dotazníku.

Graf 10 Odpovědi na otázku č. 12, Jak často využíváte internet? - muži + ženy



Vysvětlivky:

Legenda: osa x - 12.1 = výjimečně, 12.2 = několikrát týdně, 12.3 = méně než hodinu denně, 12.4 = několik hodin denně

osa y – počet respondentů

Zdroj: Vlastní výzkum (Jindráková, duben 2012)

4.5 Komentáře autorky

Tato subkapitola je věnována vlastním komentářům autorky této práce vztahující se k výsledkům provedeného primárního výzkumu a to především k otázkám č. 3 - 9 Okrajově budou okomentovány i kontrolní otázky č. 10, 11 a 12 (viz dotazník – příloha 1).

Odpovědi na otázky č. 3 – 8 byly zpracovány v tabulce četností ve struktuře respondentského souboru podle otázky č. 1 Pohlaví respondenta (1.1 ženy a 1.2 muž) a č. 2 Škola respondenta (2.1 SPŠS, 2.2 SHŠ a 2.3 GJH) a zároveň byly otázky č. 3, 4, 5 a 8 zpracovány v kontingenční tabulce, kde jsou jednotlivé četnosti vyjádřeny procentuálně. Vzhledem k tomu, že u otázek č. 6 a 7 bylo umožněno zaškrtnout až 3 možnosti odpovědí, nesouhlasil počet respondentů s počtem výskytů, a proto nebyly pro tyto otázky konstruovány kontingenční tabulky. U hodnot uvedených v Tabulce četností 10 byly zjišťovány statistické charakteristiky jako je maximální počet výskytů u dané otázky, minimální počet výskytů, průměrný počet výskytů, variační rozpětí, které zobrazuje rozdíl mezi maximálním počtem výskytů a minimálním počtem výskytů, rozptyl hodnot, který určuje, jako moc jsou hodnoty rozptýleny či odchýleny od průměru hodnot a směrodatná odchylka, která je rovna druhé odmocnině z rozptylu. Tyto statistické hodnoty byly znázorněny v Tabulce 11.

Výsledky na **otázku č. 3** vyplývají z kontingenční Tabulky 12 a ukazují, že 86 % všech dotazovaných žen a 88 % všech dotazovaných mužů si bude podávat přihlášku na VŠ. Pokud se na otázku č.3 podíváme z pohledu studentů (mužů i žen) z jednotlivých škol, pak vidíme, že celých 95 % studentů SPŠS si bude podávat přihlášku na VŠ, naproti pouze 70 % studentů SHŠ, kteří si budou podávat přihlášku. Tento fakt může být dán mimo jiné i tím, že studenti studující SHŠ mají lepší uplatnění na trhu práce po skončení střední školy, než studenti SPŠS. U studentů GJH si bude podávat přihlášku 97% studentů, což je vzhledem k tomu, že samotné studium gymnázia je jakýmsi předurčením ke studiu VŠ, očekávaným výsledkem.

Otázka č. 4 se ptala, na kolik VŠ si studenti budou podávat přihlášku. I u této otázky jsou výsledky dobře patrné z kontingenční Tabulky 12. Z pohledu všech žen je nejčastější odpovědí a to v 31 %, že si budou podávat dvě přihlášky na VŠ. U mužů je také nejčastější odpovědí dvě přihlášky a to v 35%. U mužů a žen se SPŠS je nejčastější

odpovědí, že si budou podávat dvě přihlášky a to v 42 %. U studentů SHŠ mají významné zastoupení dvě odpovědi a to, že v 45 % si podají pouze jednu přihlášku a v 36% přihlášky dvě. Studenti GJH mají odpovědi na otázku ohledně počtu přihlášek poměrně rovnoměrně rozloženy na všechny nabízené odpovědi. Shodně ve 30 % odpovídají, že si podají tři a tři a více přihlášek.

Prospěchový průměr studentů byl dotazován v **otázce č. 5** a z pohledů žen a mužů je vidět, že nejčastější prospěchový průměr žen a to v 42 % je 1,51 – 2,0, kdežto u mužů je prospěchový průměr ve 40 % v rozmezí 2,1 – 2,5. Z pohledu studentů SPŠS je nejčastější prospěchový průměr a to v 48 % v rozmezí 2,1 – 2,5, u studentů SHŠ to byl průměr v rozmezí 1,51 – 2,0 a to také ve 48 %. U studentů GJH nejsou výsledky u jednotlivých odpovědí tak jednoznačné, nýbrž jsou rovnoměrněji rozložené, než u studentů SPŠS a SHŠ. Přesto nejčastěji uváděným prospěchovým průměrem a to v 34% byl průměr 1,51 – 2,0, ve 31% to byl průměr 2,1 – 2,5 a ve 26 % průměr 1 – 1,5.

Odpovědi na **otázky č. 6** (zaměření VŠ) a **č. 7** (zdroj informací pro výběr VŠ) jsou, jak již bylo zmíněno, vyhodnoceny pouze v Tabulce četností 10 a pomocně také z Tabulky statistických charakteristik 11. U všech žen byl maximální počet výskytů 73 odpovědí u odpovědi 6.2, tj. že ženy si nejčastěji volí ekonomické obory a nejméně často sportovní obory. U mužů je nejčastější výskyt 108 odpovídající odpovědi 6.5, což jsou technické obory. Při pohledu na tutéž otázku z pozice studentů (všech žen i mužů) jednotlivých škol je výsledek takový, že všichni studenti SPŠS nejčastěji volili technické obory, což je vzhledem k zastoupení (96 mužů a 5 žen) a typu školy očekávaný výsledek. Všichni studenti SHŠ nejčastěji volili ekonomické obory. Studenti GJH již nebyli tak jednoznačně vyhranění, přesto nejčastěji volili humanitní a ekonomické obory. Poměrně významně jsou zastoupeny i technické obory.

Co se týče **otázky č. 7**, lze zde spatřovat naprostou shodu jak u všech žen a všech mužů, tak i u všech studentů jednotlivých škol, kteří jako nejčastější zdroj informací uvádějí známé a přátele (7.2). Druhý nejvýznamněji zastoupený zdroj informací jsou weby specializované na VŠ studium (7.12) a rodina a příbuzní (7.1). Třetím významným zdrojem informací byly dny otevřených dveří (7.4)

Otázka č. 8 v Tabulce procentuálních četností 12 ukazuje, že 92% studentů SPŠS, 97% studentů SHŠ a 83 % studentů GJH nemělo pocit, že by jim při vybírání VŠ chyběly

nějaké informace. Pokud se na tuto otázku podíváme z pohledu všech žen a všech mužů zvlášť, pak jak muži, tak ženy v 90% odpověděli, že jim nechyběly žádné informace. To je velmi uspokojivý výsledek, přesto je zde prostor ke zlepšení.

Nejnósnější otázkou celého průzkumu je **otázka č. 9**, kde vždy ženy + muži z dané školy a také všechny ženy a všichni muži dohromady hodnotili škálou od 1 do 5, kdy 1 znamenala velmi důležité a 5 naprosto nedůležité, konkrétní parametr při výběru VŠ. Respondenti hodnotili 26 otázek a jejich odpovědi byly zapracovány do Tabulky 16. Postup hodnocení této otázky byl zmíněn v metodologii a výsledkem tohoto hodnocení je sedm výrazných parametrů, přičemž čtyři parametry byly vyhodnoceny jako nejvýznamnější a tři jako nejméně významné. Při hodnocení této otázky došlo u všech respondentů k poměrně výrazné shodě v tom, co je pro ně při výběru budoucí školy důležité a co ne. Pro studenty bylo velmi důležitým parametrem, zda jde o státní školu (9.2), jaké škola nabízí studijní obory (9.3) a jak vybrané obory korespondují s jejich zájmy (9.4) a také budoucí pracovní uplatnění studentů (9.20). Nejméně důležitým parametrem při výběru VŠ byla možnost ubytování (9.8), možnost studovat obor kombinovanou formou (9.13), a rodinná tradice (9.17). To, že je pro studenty důležitý fakt, že si podávají přihlášku na státní školu, je pravděpodobně dán tím, že státní školy mají delší historii a obecně vyšší prestiž u zaměstnavatelů. Nízká důležitost u parametru možnosti ubytování je pravděpodobně dána tím, že průzkum probíhal u studentů pražských škol, kde je nejvyšší koncentrace vysokých škol a proto studenti nepotřebují řešit ubytování. Dá se předpokládat, že parametr možnosti studovat dálkově je nevýznamný pro studenty středních škol, proto že drtivá většina studentů je sice zletilá, ale živí ji rodiče a tudíž není nucena studovat při zaměstnání. Je velmi zajímavé, že jako velmi nevýznamný parametr hodnotí studenti shodně rodinnou tradici. Z tohoto se dá vyvodit, že dnešní studenti jsou silné osobnosti s vlastními zájmy a tedy vliv rodinné tradice na jejich budoucí zaměstnání je malý. Jako zajímavé se také jeví, že parametry jako jsou např. vysoké šance na přijetí, možnost přijetí bez přijímacího řízení, výše školného, vysoká náročnost studia a časová náročnost studia dosahovala důležitosti pouze u 50% až 60% respondentů. Tento fakt by mohl ukazovat na poměrně vysoké sebevědomí studentů vzhledem k tomu, že jak ukazuje Tabulka 11, nejčastějším prospěchovým průměrem u všech žen byl 1,5 – 2 a u mužů dokonce 2,1 – 2,5. Tento fakt

podporuje i stoupající počet vysokých škol a klesající počet studentů v maturitních ročnících, čímž se zvyšuje šance na přijetí. Pouze ženy a muži studující SPŠS hodnotí parametr vysoké šance na přijetí jako velmi významný 81,3% oproti ženám a mužům studujícím GJH v 39,7%. Tento rozdíl mezi studenty SPŠS a GJH je možný vysvětlit zaprvé tím, že studenti GJH mají často lepší prospěchový průměr a zároveň jejich vzdělávání jde více do šířky, čímž mají větší výběr u typů VŠ než u studentů SPŠS, kteří mají již specifické zaměření studia a zároveň horší prospěchový průměr. Parametr prestiž školy (9.10) byl důležitý pro 70 % všech žen a mužů, přičemž výrazněji důležitý byl pro muže a ženy z GJH a to v 76 %.

Kontrolní **otázky č. 10 - 12** měly za úkol potvrdit domněnku, podpořenou odpověďmi na otázku č. 7, že nejčastějším médiem pro vyhledávání obecných informací je internet. Protože 100% mužů i žen má možnost doma pracovat s internetem, a zároveň tráví na internetu několik hodin denně (ženy v 72% a muži v 87%), je zřejmé, že kontrolní otázky potvrdily domněnku, že pro dnešní mladou generaci je internet nezbytným a velmi významným informačním médiem.

4.6 Porovnání vlastního výzkumu s podobnými výzkumy z předešlých let

Tato kapitola se věnuje srovnávání výsledků získaných primárním výzkumem s daty zjištěnými pomocí sběru sekundárních dat. Porovnávány jsou především analytické otázky č. 3, 5, 6, 7 a 9 s výsledky sběru sekundárních dat (viz kapitola 2.1).

Z výsledků průzkumu společnosti **LMC** Tabulka 5 vyplývá, že 29 % respondentů si bude podávat 2 přihlášky na VŠ a 26 % si bude podávat 3 přihlášky. Pokud tuto skutečnost porovnáme s výsledky primárního výzkumu u všech mužů a žen dohromady, tak 31% všech žen a 35% všech mužů (viz Tabulka 11) si bude podávat 2 přihlášky, a 27% všech žen a 21 % všech mužů si bude podávat 3 přihlášky. Lze tedy říci, že výsledky sekundárního a primárního výzkumu jsou v otázce počtu podaných přihlášek velmi podobné. Z Tabulky 6 průzkumu LMC je zřejmé, že 40% respondentů si podá přihlášku na VŠ s ekonomickým zaměřením, 32 % na humanitní obory a 22% na technické obory. Výsledky primárního výzkumu také ukazují, že nejčastěji volenými obory jsou ekonomické, technické a humanitní. Zajímavý pohled nám nabízí srovnání

kritérií při výběru vysokých škol, jak ukazuje průzkum společnosti LMC (viz Tabulka 7 a 8) a výsledky hodnocení otázky č. 9 (viz Tabulka 13). Výsledky průzkumu společnosti LMC ukázaly, že jako nejdůležitější parametry respondenti hodnotili obor studia, kvalitu výuky a vyučujících, žádné nebo nízké školné, zda jde o školu státní/veřejnou, nikoli soukromou, možnost navázat kontakt s budoucím zaměstnavatelem, aby studenta obor bavil a našel v oboru zaměstnání. Jak již bylo zmíněno v kapitole 4.5, výsledky primárního výzkumu deklarovaly, že pro studenty bylo velmi důležitým parametrem, zda jde o státní školu, jaké škola nabízí studijní obory a jak vybrané obory korespondují s jejich zájmy a také budoucí pracovní uplatnění studentů. Je tedy zřejmé, že i zde bylo dosaženo významné shody se sekundárním výzkumem u společnosti LMC. Z výzkumu provedeného Institutem celoživotního vzdělávání **VUT v Brně** vyplývá, že 92 % respondentů se rozhodlo pro studium na této škole z důvodu možnosti uplatnění na pracovním trhu a zároveň velmi málo studentů se při volbě VŠ nechávalo ovlivňovat rodinou a přáteli. Pokud tedy srovnáme výsledky dvou sekundárních a jednoho primárního výzkumu lze říci, že obecně studenti přistupují k výběru VŠ zodpovědně v oblasti dalšího uplatnění na trhu práce. Co se týče ovlivnění studentů při rozhodování, zde již není shoda v tom, kdo má na studenty při výběru vliv. Výsledky primárního výzkumu ukazují, že rodina a přátelé hrají významnou úlohu při výběru VŠ, kdežto výsledky sekundárního výzkumu na VUT tento trend nepotvrzují, oproti obdobnému výzkumu prováděného **Andreou Boháčovou na VŠEM**, který jako rozhodující zdroj informací pro rozhodování uvádí webové stránky VŠEM, známé a přátele, kolegy v práci, dny otevřených dveří a rodinu a příbuzné.

Taktéž z **tiskové zprávy VŠO** vyplývají výsledky ankety provedené v rámci pražského veletrhu pomaturitního a celoživotního vzdělávání Gaudeamus, že 43 % ze 148 dotazovaných odpovídalo, že jsou to rodiče, kdo na ně mají největší vliv při výběru VŠ. Zároveň tito dotazovaní respondenti ve 35,8 % volili ekonomické obory jako nejvíce perspektivní, jako druhé volili technické obory a to v 29,1 %.

Po srovnání získaných sekundárních a primárních dat lze říci, že nejčastěji využívaným zdrojem informací při výběru VŠ jsou rodina, příbuzní, přátelé a také weby specializované na VŠ studium. Důležitými parametry při výběru VŠ jsou, zda se jedná o státní školu, uplatnění na trhu práce a korespondence se zájmy respondentů. Nejčastěji

volenými obory pro studium na VŠ jsou potom obory ekonomické a technické. Na základě těchto informací budou v následující kapitole formulována obecná doporučení pro VŠ a konkrétní doporučení, jak by zjištěné informace mohla využít VŠEM.

4.7 Doporučení

Z výsledků primárního výzkumu okomentovaných v kapitole 4.5 a vztahující se k otázce č. 7 vyplývá, že nejčastěji uváděný zdroj informací při výběru budoucí VŠ jsou známí a přátelé. Druhý nejčastěji uváděný zdroj jsou webové stránky specializované na VŠ a zároveň byl internet nejčastěji volen jako obecný zdroj informací. Tyto výsledky primárního výzkumu jsou podpořeny i výsledky jiných sekundárních výzkumů, jak již bylo zmíněno v kapitole 4.6. Na základě těchto výsledků vznikají dva nosné informační kanály a to jsou známí a přátelé a internet.

Pokud se nejprve zaměříme na první informační kanál, což jsou známí a přátelé, lze říci, že nejběžnější způsob šíření informací mezi známými a přáteli je WoM. K tomu, aby se pomocí WoM šířily pozitivní informace, je potřeba, aby sami nositelé informací měli pozitivní zkušenosti v tomto případě se školou, o které podávají reference. Proto je nutné, aby školy věnovaly pozornost nejenom studentům budoucím, ale i těm stávajícím. Jedním ze způsobů jak udržet pozitivní WoM mezi studenty je kvalitní komunikace např. ze strany studijního oddělení, ale i lektorů samotných. Druhý informační kanál, který byl velmi významným při výběru VŠ, ale i při hledání obecných informací byl internet, konkrétně weby specializované na VŠ. Internet je velmi mocné médium a jak ukazují výsledky kontrolních otázek, dnešní studenti mají vesměs přístup na internet a tráví na něm i několik hodin denně. Tento fakt skýtá velký prostor pro to, jak na budoucí studenty působit. Jako hlavní se jeví reklama školy na webových stránkách specializovaných na studium VŠ jako jsou například www.kampomaturite.cz, www.vysokeskoly.cz, www.jaktak.cz apod. Bylo by vhodné, aby reklama jako taková obsahovala např. poselství současných studentů dané VŠ např. formou výsledků průzkumu spokojenosti na dané škole. Tím by se dokázali uchazeči ztotožnit s názory svých vrstevníků, kteří by mohli fungovat jako virtuální přátelé. Dále by vysoké školy měly věnovat na svých webových stránkách prostor např. pro rozhovory

s managementem firem, besedy s potenciálními zaměstnavateli, kteří mohou nabídnout studentům budoucí uplatnění, tak aby bylo zřejmé, že škola nenabízí pouze studium, ale i něco navíc, že ji zajímá další osud studentů poté, co ukončí studium.

Také dny otevřených dveří volili studenti jako důležitý zdroj informací. I zde se otvírá velký prostor pro to, jak studenty zaujmout a přesvědčit pro studium na dané škole. Velmi bych doporučila, aby se dne otevřených dveří zúčastnili nejen lektori, ale i studenti dané školy, kteří by odpovídali na praktické otázky uchazečů, čímž by se uchazeči dokázali ztotožnit se svými vrstevníky. Toto setkání by mohlo mít méně formální formu.

Z výsledků primárního i sekundárního výzkumu vyplývá, že studenti dávají přednost ekonomickým a technickým oborům. Ze zpracování otázky č. 9 (viz kapitola 4.5) je zřejmé, že pro studenty je nejdůležitější při výběru VŠ fakt, zda se jedná o státní školu, jaké škola nabízí studijní obory a jak vybrané obory korespondují s jejich zájmy a budoucím uplatněním. Neméně důležitým parametrem byla i prestiž školy.

VŠEM patří k těm soukromým školám, jejichž studenti získávají kvalitní vzdělání a tato skutečnost je známa mezi personálními pracovníky firem, u kterých se absolventi školy ucházejí o zaměstnání. Škola věnuje nemalé prostředky do zvelebení prostor určených jak pro studium, tak pro trávení volného času studentů, čímž kladně působí na WoM mezi studenty. VŠEM se také aktivně věnuje charitativní činnosti a o té informuje pomocí plakátů rozvěšených po celé škole. Pravidelně také pořádá každý měsíc den otevřených dveří a její reklamu je možné najít na mnoha místech např. v hromadné dopravě, na různých webových stránkách. Je tedy zřejmé, že VŠEM se opravdu velmi intenzivně věnuje jak studentům stávajícím, tak studentům budoucím. Nicméně z výsledků primárního průzkumu bych doporučovala následující. Vzhledem k tomu, že pro studenty středních škol je jedním z nejdůležitějších parametrů při výběru budoucí školy to, zda se jedná o státní školu a proto, že VŠEM je škola soukromá, navrhovala bych, aby VŠEM na svých billboardech zdůrazňovala, že nabízí několik cenových variant studia a v jaké výši. Zároveň bych v souvislosti s tímto doporučila, aby škola nabízela studentům zprostředkování studentské půjčky, která by vzhledem k tomu, že by ji zastřešovala škola, byla výhodnější, než kdyby si student zařídil půjčku sám. Zároveň by bylo vhodné motivovat studenty tím, že pokud budou dosahovat určitých

výsledků a budou včas plnit své úkoly, mohou získat nejen stipendium, ale např. snížení splátek půjčky. Také by bylo vhodné, aby škola na svých stránkách uváděla, jaká je její prestiž mezi odbornou veřejností a personálními odděleními firem tak, aby se stíraly rozdíly mezi historicky danou prestiží státních škol a jistou nedůvěrou ke školám soukromým. Toto by bylo vhodné deklarovat např. odkazy na webové stránky společnosti LMC, která provozuje portál www.jobs.cz, který je orientován na poradenství při hledání zaměstnání, jsou zde rozhovory s odborníky v oblasti vzdělávání a vyhledávání pracovních příležitostí. Doporučuji, aby škola zde měla reklamní prostor formou odborných článků, poradenství v oblasti vzdělávání a uplatnění na trhu práce, čímž by zvyšovala povědomí o sobě a zároveň zvyšovala svůj kredit v očích budoucích studentů, kteří by tím získali informaci, že se škola nestará jenom o jejich vzdělávání, ale i pracovní budoucnost. Tuto skutečnost by bylo samozřejmě nutné zdůrazňovat na vlastních stránkách např. formou odkazů na webové stránky společnosti LMC.

5 Závěr

Tato práce si vytyčila několik cílů. Hlavním cílem práce bylo s využitím monitorovacího, kvantitativního, ad hoc průzkumu provést šetření, jaká rozhodovací kritéria preferují studenti Střední průmyslové školy strojní v Praze 5, Střední hotelové školy v Praze 10 a Gymnázia Jaroslava Heyrovského v Praze 5. Tento průzkum byl proveden v průběhu dubna 2012 a byl ukončen 1.5.2012.

Cílem teoretické části práce bylo provedení literárních rešerší vztahující se k marketingovému výzkumu, zjištění zda již byly v minulosti prováděné marketingové výzkumu na podobné či shodné téma a s jakým výsledkem. Této rešerši byla věnována obsáhlá kapitola 2.1.

Cílem metodologické části bylo sestavit pracovní postup celého průzkumu. Celý postup provedení průzkumu je popsán v kapitole 3.

Praktická část si vytyčila několik cílů jako představit respondentský soubor a zpracovat dotazník, realizovat marketingový průzkum a zpracovat jeho výsledky, závěrem zpracovat komentáře a doporučení autorky práce. Splnění těchto cílů je obsaženo v kapitole 4.

Závěrem je možné shrnout, že na základě provedeného průzkumu je vhodné, aby se konkrétně VŠEM zaměřila na své zviditelnění na webových stránkách např. společnosti LMC, kde by formou odborných a poradenských článků zvyšovala povědomí o sobě samé, zároveň by o této aktivitě informovala na svých webových stránkách formou odkazů. O této aktivitě by zároveň informovala na dnech otevřených dveří. Tyto skutečnosti by podpořily WoM o škole. Zároveň bych velmi doporučovala zdůrazňovat, že škola nabízí několik cenových variant studia a v jakých výších, protože tyto skutečnosti nejsou doposud dostatečně komunikované směrem k uchazečům a tím si škola snižuje svoji konkurenční výhodu oproti státním školám.

Literatura

Monografie

FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, iv, 121 s. ISBN 978-80-251-2183-2.

FORET, Miroslav. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 159 s. ISBN 80-247-0385-8.

JAN WIID, Colin Diggins. *Marketing research*. Lansdowne, Cape Town: Juta, 2009. ISBN 978-070-2177-446.

KOTLER, Philip. *Marketing*. Praha: Grada, c2004, 855 s. ISBN 978-80-247-0513-2.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

SVOBODOVÁ, Hana. *Základy marketingu <<I=01>>: (úvod do problematiky)*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská-Technická univerzita, 1995. ISBN 978-807-0782-897.

Výzkumné zprávy

BOHÁČOVÁ, Andrea. *Kde a jak studenti získali informace pro své rozhodnutí studovat na VŠEM*. Praha, 2011.

ČSÚ. *Vzdělávání dospělých v České republice*. Praha, 2013. ISBN 978-80-250-2354-9.

KLEŇHOVÁ, Michaela a Jiří VOJTĚCH. *Přechod absolventů středních škol do terciálního vzdělávání*. 1. vyd. Praha: MÚOV, 2011.

KORNER, Milan. Rozvoj vysokého školství v ČR. *Urbanismus a územní rozvoj*. 2010, XIII, č. 6.

KOUCKÝ, Jan. *Demografický vývoj a projekce výkonů vysokých škol*. 1. vyd. Praha: Středisko vzdělávací politiky, Pedagogická fakulta, UK v Praze, 2011. ISBN 9788072905249.

Klíčové údaje o vysokém školství v Evropě. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání, 2008. ISSN 1830-7914.

Počet zapsaných studentů vysokých škol v ČR. *AULA*. 2008, roč. 16, č. 04.

Ukazatele hodnotící přístup, účast a výstupy z terciárního vzdělávání, aneb, Kolik vlastně máme studentů - hodně nebo málo?. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání, 2007, 67 s. ISBN 978-802-1105-478.

Internetové zdroje

ČESKÁ ŠKOLA. Největší vliv při výběru vysoké školy mají na studenty rodiče. [online]. [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <http://www.ceskaskola.cz/2011/02/nejvetsi-vliv-pri-vyberu-vysoke-skoly.html>

BELÁŇOVÁ, Andrea. Proč studovat vysokou školu?: Rektori odpovídají. [online]. [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <http://www.vysokeskoly.cz/clanek/proc-studovat-vysokou-skolu-rektori-odpovidaji>

INSTITUT CELOŽIVOTNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ VUT V BRNĚ. Prváci na VUT 2009. [online]. [cit. 2012-06-25]. Dostupné z: <http://www.lli.vutbr.cz/prvaci-na-vut-2009>

KONEČNÝ, Tomáš, Josef BASL a Jan MYSLIVEČEK. Přechod mezi střední a vysokou školou a role různých modelů přijímacích řízení. 2010. Dostupné z: http://sreview.soc.cas.cz/uploads/51514a4a61f7e498a99a515bf90f34de3d258183_KONECNYBASLMYSLIVECEKSc2010-1.pdf

LMC. Průzkum mezi zájemci o studium na VŠ: obory, školné. [online]. [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <http://www.lmc.eu/o-nas/novinky/pruzkum-mezi-zajemci-o-studium-na-vs-obory-skolne/>

UČÍMSE.CZ, Redakce. Co ovlivňuje studenty při výběru VŠ?. [online]. [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <http://www.ucimse.cz/zpravy/co-ovlivnuje-studenty-pri-vyberu-vs.html>

Příloha 1

Dotazník

Projekt **Rozhodovací kritéria pro studenty středních škol při výběru VŠ**
Tazatel Jana Jindráková
Kontakt janajindrakova@email.cz tel. 607 820 330
Datum a čas realizace

Dobrý den, jmenuji se Jana Jindráková a studuji na Vysoké škole ekonomie a managementu. V současné době realizuji průzkum na téma **Rozhodovací kritéria pro studenty středních škol při výběru VŠ**, jako podklad pro moji bakalářskou práci. Dovoluji si Vás tímto požádat o vyplnění krátkého dotazníku. Za Vaši ochotu a spolupráci předem děkuji.

I. Prosím zaškrtněte

- 1) Pohlaví respondenta
1.1 žena 1.2 muž
- 2) Škola respondenta
2.1 SPŠS 2.2 SHŠ 2.3 GJH
- 3) Budete podávat přihlášku na VŠ?
3.1 ano 3.2 ne *ukončete a odevzdejte dotazník* 3.3 nevím
- 4) Na kolik vysokých škol si podáváte přihlášku?
4.1 1 4.2 2 4.3 3 4.4. více
- 5) Jaký je Váš prospěchový průměr známek v pololetí 2011/2012?
5.1 1 – 1,5 5.2 1,51 – 2 5.3 2,1 – 2,5 5.4 nad 2,5
- 6) Jakého zaměření je VŠ, na kterou si podáváte přihlášku (možno zaškrtnout i více než jednu)
6.1 humanitní 6.2 ekonomické 6.3 umělecké 6.4 technické
6.5 sportovní 6.6 právní 6.7 lékařské 6.8 jiné _____
- 7) Jaký zdroj informací jste využíval (a) pro výběr VŠ? (zaškrtněte max. 3 možnosti)
7.1 rodina, příbuzní 7.7 rádio
7.2 známí, přátelé 7.8 noviny, časopisy
7.3 absolventi škol 7.9 reklamní plakáty
7.4 dny otevřených dveří 7.10 letáky VŠ
7.5 veletrh věnovaný vzdělávání 7.11 pedagogický poradce na Vaší škole
7.6 TV 7.12 weby specializované na VŠ studium
7.13 jiné _____
- 8) Chyběly Vám nějaké informace při rozhodování o budoucí VŠ?
8.1 ne, zjistil/a jste vše, co jste pro své rozhodnutí potřeboval/a
8.2 ano

pokračujte prosím na druhé straně

II. Prosím oznámkujte jako ve škole

9) Stupeň důležitosti, jakou pro Vás má konkrétní parametr při výběru VŠ. (1 velmi důležité, 5 naprosto nedůležité)

9.1 Jde o soukromou VŠ	
9.2 Jde o státní VŠ	
9.3 Nabízené studijní obory	
9.4 Korespondence vybraného oboru s Vašimi zájmy	
9.5 Vysoké šance na přijetí	
9.6 Možnost přijetí bez přijímacího řízení	
9.7 Možnost stipendia	
9.8 Možnost ubytování	
9.9 Výše školného	
9.10 Prestiž školy	
9.11 Vysoká náročnost studia	
9.12 Časová náročnost studia	
9.13 Možnost studovat vybraný obor kombinovanou formou (dálkově)	
9.14 Možnost zúčastnit se programu ERASMUS	
9.15 Kvalita poskytnuté studijní literatury	
9.16 Reference současných studentů vybrané VŠ	
9.17 Rodinná tradice	
9.18 Reference učitelů na Vaší střední škole	
9.19 Nabídka seminářů se zajímavými lidmi z praxe	
9.20 Budoucí pracovní uplatnění	
9.21 Vzdálenost školy od místa bydliště	
9.22 Možnost studovat v cizím jazyce	
9.23 Možnost zapojení se do praxe během studia	
9.24 Reference o kvalitě lektorů	
9.25 Vybavení školy	
9.26 Způsob kontroly studia (písemné zkoušení x ústní zkoušení)	

10) Ve kterém médiu vyhledáváte obecné informace?

10.1 na internetu

10.2 v novinách, časopisech

10.3 na veletrzích

10.4 jinde

11) Máte možnost pracovat doma s internetem?

11.1 ano

11.2 ne

12) Jak často využíváte internet?

12.1 výjimečně

12.2 několikrát týdně

12.3 méně než hodinu denně

12.4 několik hodin denně

-----Konec dotazníku-----

---Mnohokrát Vám děkuji za spolupráci při vyplňování dotazníku a přeji hodně úspěchů u maturit a ve Vašem budoucím studiu na VŠ

