

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

**Průzkum spokojenosti studentů se službami
Správy kolejí a menz Univerzity Palackého**

Bakalářská diplomová práce

Studijní program: Francouzština se zaměřením na aplikovanou ekonomii

Vedoucí práce: Doc. Ing. Jaromír Novák, CSc.

Autor: Vít Šťastný

Olomouc 2010

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Akademický rok: 2009/2010

Studijní program: Filologie
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Francouzština se zaměřením na

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
ŠŤASTNÝ Vít	ČSA 2862, Karviná - Hranice	F07101

TÉMA ČESKY:

Průzkum spokojenosti studentů se službami Správy kolejí a menz Univerzity Palackého

NÁZEV ANGLICKY:

Survey of students' satisfaction with services of Sprava kolejí a menz of Palacký University

VEDOUcí PRÁCE:

Doc. Ing. Jaromír Novák, CSc. - KAE

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

1. Kvalita služeb Správy kolejí a menz jako jedna z podmínek úspěšného studia
2. Průzkum spokojenosti studentů se službami Správy kolejí a menz a navrhovaná opatření

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary : Marketing, Grada: Praha. 2004, 856 s.
FORET, Miroslav, STÁVKOVÁ, Jana. Marketingový výzkum : jak poznávat své zákazníky . 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003. 159 s.
KOZEL, Roman, et al. Moderní marketingový výzkum. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2006. 277 s.
KANDAMPULLY, Jay, MOK, Connie, SPARKS, Beverley. Service quality management in hospitality, tourism, and leisure. New York : The Haworth Hospitality Press, c2001. 339 s.
KINCL, Jan. Marketing podle trhů . 1. vyd. Praha : Alfa Publishing, 2004. 172 s.
ČERTÍK, Miroslav. Cestovní ruch : vývoj, organizace a řízení. 1. vyd. Praha : OFF, 2001. 352 s.

Podpis studenta:

Datum:

Podpis vedoucího práce:

Datum:

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma: "*Průzkum spokojenosti studentů se službami Správy kolejí a menz Univerzity Palackého*" vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedl jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne

Podpis

Poděkování

Chtěl bych poděkovat vedoucímu své diplomové práce Doc. Ing. Jaromíru Novákovi, CSc. za jeho cenné rady, čas, trpělivost a odborné vedení.

Obsah práce

Úvod	6
1 Teoretická část	8
1.1 Vymezení pojmů	8
1.2 Koncepce systémů managementu jakosti	9
1.3 Spokojenost zákazníků	12
1.4 Postupy měření spokojenosti zákazníků	13
1.4.1 Definování zákazníků	14
1.4.2 Definování požadavků zákazníků, znaků jejich spokojenosti a jejich závažnosti	15
1.4.3 Návrh a tvorba dotazníku k měření spokojenosti zákazníků	19
1.4.4 Stanovení velikosti výběru (vzorkování zákazníků)	21
1.4.5 Výběr vhodné metody sběru dat	23
1.4.6 Tvorba postupů pro vyhodnocování dat	23
1.4.7 Využívání výsledků měření spokojenosti jako vstupů pro procesy zlepšování	24
1.5 Ubytovací služby	25
2 Empirická část	27
2.1 Ubytovací služby kolejí Univerzity Palackého	27
2.1.1 Řád vysokoškolské koleje Univerzity Palackého v Olomouci	28
2.1.2 Poskytované služby	29
2.1.3 Kapacita ubytovacích zařízení	29
2.1.4 Cena ubytování	30
2.1.5 Lokalita	30
2.2 Průzkum spokojenosti studentů s ubytovacími službami SKM UP	31
2.2.1 Definování zákazníků	31
2.2.2 Definování požadavků zákazníků, znaků jejich spokojenosti a jejich závažnosti	31
2.2.3 Návrh a tvorba dotazníku k měření spokojenosti zákazníků	34
2.2.4 Stanovení velikosti výběru (vzorkování zákazníků)	36
2.2.5 Výběr vhodné metody sběru dat	37
2.2.6 Vyhodnocení dat o spokojenosti zákazníků	38
2.2.7 Využívání výsledků měření spokojenosti jako vstupů pro procesy zlepšování	55
Závěr	57
Resumé	58
Seznam tabulek	59
Seznam grafů	60
Seznam příloh	61
Seznam zkratk	62
Anotace	63
Prameny a použítá literatura	64

Úvod

V tržním prostředí závisí přežití a úspěch firmy na mnoha faktorech. Jedním z nejdůležitějších je však bezesporu spokojenost jejích zákazníků. Nabídka na trhu obecně výrazně převyšuje poptávku, zákazníci si mohou vybrat ze široké nabídky výrobků a služeb. To, zda jsou s daným produktem spokojeni, dále ovlivní jejich nákupní rozhodování. V sektoru služeb platí toto pravidlo dvojnásobně, protože je zákazník zpravidla v přímém kontaktu se službou, je jedním z aktérů služby. Nejinak je tomu v oblasti ubytování univerzitních studentů na kolejích. Tento sektor služeb má svá specifika, ale díky široké nabídce substitutů není pro studenty ubytování na kolejích jedinou alternativou. Každá firma by měla dbát na udržování vysoké míry spokojenosti svých zákazníků, pravidelně tuto spokojenost měřit a z výsledků měření vyvozovat důsledky pro své další fungování.

Motivem pro výběr tohoto tématu byly několikaleté zkušenosti autora s ubytováním na kolejích Univerzity Palackého. Podle zkušeností autora existuje poměrně početná skupina studentů, kteří po určité době strávené na koleji raději volí ubytování na privátu. Je to proto, že nejsou s ubytováním na kolejích spokojeni? A pokud nejsou, je to způsobeno faktory, které jsou ovlivnitelné vedením Správy kolejí a menz? Co může udělat Správa kolejí a menz pro zvýšení spokojenosti svých zákazníků?

Cílem této bakalářské práce je tedy realizace měření spokojenosti zákazníků kolejí Univerzity Palackého a následné návrhy na zlepšení. V teoretické části se autor bude zabývat vymezením základních pojmů managementu kvality služeb, charakterizuje ubytovací služby a jejich právní rámec, dále analyzuje postup měření spokojenosti zákazníků s kvalitou poskytovaných služeb. Tento postup autor dále aplikuje v empirické části, kde vytvoří na základě teoretických poznatků výzkumný nástroj (dotazník) sloužící ke zjištění spokojenosti studentů s ubytovacími službami Správy kolejí a menz Univerzity Palackého. Na základě analýzy spokojenosti studentů pak navrhne možná opatření ke zvýšení spokojenosti studentů s ubytováním na kolejích Univerzity Palackého.

Hlavními zdroji v teoretické části práce budou publikace Jaroslava Nenádala „*Měření v systémech managementu jakosti*“ a zejména „*Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*“, což je v podstatě metodická příručka pro proces měření

spokojenosti zákazníků. V praktické části autor čerpá převážně z webových stránek Správy kolejí a menz a vlastní zkušenosti s ubytováním na kolejích. Podkladem pro empirické šetření se stanou dotazníky spokojenosti distribuované studentům ubytovaným na kolejích.

Autor věří, že tato bakalářská práce bude důležitou zpětnou vazbou pro vedení Správy kolejí a menz, že poskytne cenné informace přímo od ubytovaných studentů, a tak pomůže Správě kolejí a menz zlepšit kvalitu ubytování a s ním poskytovaných doprovodných služeb.

1 Teoretická část

V teoretické části práce se bude autor nejprve zabývat základními pojmy managementu kvality v oblasti (ubytovacích) služeb, dále analyzuje základní postupy při měření spokojenosti zákazníků.

1.1 Vymezení pojmů

Pojem „kvalita“ může být vnímán různě a existuje mnoho přístupů k jeho vymezení. Veber¹ uvádí následující příklady definic pojmu jakost (kvalita):²

- Kvalita je způsobilost pro užití (Juran).
- Kvalita je shoda s požadavky (Crosby).
- Kvalita je to, co za ni považuje zákazník (Feigenbaum).
- Kvalita je minimum ztrát, které výrobek od okamžiku své expedice dále společnosti působí (Taguchi).

Janeček³ uvádí, že současný přístup vnímá jakost jako „složitou vlastnost nebo soubor vlastností, které dávají entitě schopnost uspokojit dané nebo předpokládané potřeby. Entitou se zde rozumí cokoli, co existuje, dá se samostatně pozorovat a hodnotit, tedy např. výrobek, součást, prvek, služba, činnost, ...“

Jak dále píše Veber, uživatel produktu si vytváří názor na jeho kvalitu na základě užitku, který mu přináší, tzn. na základě toho, zda produkt ve svých vlastnostech odráží stanovené požadavky zákazníků.⁴

Je tedy zřejmé, že kvalita je úzce spojena s požadavky zákazníka, z čehož lze dále vyvodit i vymezení „řízení kvality“. To definuje např. Šalgovičová⁵ jako „koordinaci činností zaměřenou na vedení a řízení organizace se zřetelem na kvalitu, tj. uspokojování požadavků zákazníka.“

¹ VEBER, Jaromír, et al. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, str. 19.

² Pojmy „jakost“ a „kvalita“ bývají v literatuře užívány ve významu synonym (např. Veber 2007, Janeček 1999), i když proti tomuto pojetí existují i námitky (srov. např. ZELENÝ 2006), bude autor práce používat tyto pojmy ve významu synonym.

³ JANEČEK, Zdeněk. *Management jakosti*. 1. vyd. Plzeň: Vydavatelství Západočeské univerzity, 1997, str. 5.

⁴ Srov. VEBER, Jaromír, et al. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, str. 20.

⁵ ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripsoft, 2006, str. 11.

„Řízení kvality ve službách“ má svá specifika a liší se do určité míry od řízení kvality výrobních organizací. „Službu“ definuje Kotler⁶ jako „činnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je naprosto nehmotatelná a nevytvoří žádné nabyté vlastnictví. Její realizace může, ale nemusí být spojena s fyzickým výrobkem.“

Vzhledem k nehmotnému charakteru služeb je obtížné měřit úroveň jejich kvality. U poskytovatelů služeb jsou více než u výrobců hmotných produktů důležitější kladné reference vyplývající z maximální spokojenosti zákazníků. Ztráta „image“ tak může mít pro organizace poskytující služby mnohem dramatičtější důsledky. Ve službách má velký význam lidský faktor, zejména při přímém styku se zákazníkem, který velmi citlivě vnímá pocit péče, neformálního zájmu, slušnosti i kompetence personálu.⁷ To potvrzuje i Beránek, který poznamenává, že „ve většině případů je v procesu poskytování služby přítomen host, a tak jsou chyby vzniklé v procesu hůře napravitelné. Při poskytování služeb ... je proto nezbytné klást důraz na pracovníky tzv. první linie – to jsou ty osoby, které přicházejí při poskytování služby do přímého styku s hostem.“⁸

Aby bylo řízení kvality v organizacích efektivní, byly vyvinuty koncepce systémů managementu jakosti, o kterých se autor zmíní v následující kapitole.

1.2 Koncepce systémů managementu jakosti

Pojem „systém managementu jakosti“ je chápán jako ta „součást managementu organizace, která má garantovat maximální míru spokojenosti zákazníků při minimálních nákladech.“⁹

V současnosti existuje vícero koncepcí systémů managementu jakosti. Např. Müller¹⁰ uvádí následující koncepce:

- ISO norma 9000,
- EFQM Excellence Model,
- Quality Awards,
- Metoda 2Q,

⁶ KOTLER, Phillip. *Marketing management*. 2. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1991, str. 490.

⁷ Srov. *Systém managementu jakosti* [online]. 2004 [cit. 2010-01-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/kvalita-jakost/system-managementu-jakosti/1000513/16924/#b0>>.

⁸ BERÁNEK, Jaromír. *Provozujeme pohostinství a ubytování*. Havlíčkův Brod: MAG Consulting, 2004, str. 100.

⁹ NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 12.

¹⁰ Srov. MÜLLER, Hansruedi. *Qualitätsorientiertes Tourismus-Management*. Bern: [s.n.], 2000, str. 59-80.

- Kaizen.

Podle Nenadála¹¹ však v posledních desetiletích převažují dvě vůdčí koncepce systémů managementu jakosti, a to koncepce ISO a koncepce TQM (Total Quality Management) realizovaná podle tzv. EFQM Modelu Excellence.

Koncepce ISO

Koncepce ISO je založena na aplikaci požadavků, které jsou definovány v souboru norem ISO 9000, a podle Nenadála v českém prostředí naprosto dominuje.¹² Standardy ISO se skládají ze tří jednotlivých norem:¹³

- 1) ISO 9000:2000, který je výchozím bodem pro další dva standardy, vysvětluje terminologii i filozofii norem ISO,
- 2) ISO 9001:2000 specifikuje požadavky na systém managementu jakosti v organizaci a stanovuje, co musí organizace splnit, aby mohla být certifikována,
- 3) ISO 9004:2000 doplňuje normu ISO 9001:2000 a detailněji specifikuje, blíže objasňuje jednotlivé požadavky.

Tyto normy sledují dle Müllera¹⁴ čtyři cíle:

- 1) transparentnost v rozdělení kompetencí a odpovědnosti v organizaci (každý ví, co má dělat),
- 2) kontrola procesů,
- 3) rozpoznání rizik a provádění preventivních opatření,
- 4) náprava chyb a analýza jejich příčin.

Koncepce Total Quality Management

Koncepce TQM se realizuje pomocí různých modelů, z nichž v Evropě dominuje tzv. EFQM Model Excellence. Ten vychází z předpokladu, že „vynikajících výsledků organizace může být dosaženo pouze za podmínky maximální spokojenosti externích zákazníků, spokojenosti vlastních zaměstnanců a při respektování okolí.“¹⁵ Model EFQM zahrnuje devět hlavních kritérií (vedení, politika a strategie, zaměstnanci, partnerství a

¹¹ NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 12.

¹² Srov. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 12.

¹³ Srov. HILL, Nigel, SELF, Bill, ROCHE, Greg. *Customer satisfaction measurement for ISO 9000:2000*. [s.l.]: Butterworth Heinemann, 2002, str. 11.

¹⁴ Srov. MÜLLER, Hansruedi. *Qualitätsorientiertes Tourismus-Management*. Bern: [s.n.], 2000, str. 59.

¹⁵ NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 40.

zdroje, procesy, výsledky vzhledem k zákazníkům, výsledky vzhledem k zaměstnancům, výsledky vzhledem ke společnosti, klíčové výsledky organizace). Každému kritériu je procentními body přisouzena jiná důležitost.¹⁶

Obě vůdčí koncepce (ISO i EFQM) jsou postaveny na podobných principech, které přehledně zachycuje následující tabulka:

Principy QMS podle ISO 9000 a 9004	Principy TQM podle EFQM Modelu Excellence
1. Orientace na zákazníka 2. Vůdcovství 3. Zapojení lidí 4. Procesní přístup 5. Systémový přístup k managementu 6. Neustálé zlepšování 7. Orientace na fakta při rozhodování 8. Vzájemná prospěšnost vztahů s dodavateli	1. Orientace na zákazníka 2. Vedení lidí a týmová práce 3. Rozvoj a zapojení lidí 4. Orientace na procesy 5. Odpovědnost vůči okolí 6. Neustálé zlepšování 7. Měřitelnost výsledků 8. Partnerství s dodavateli

Tabulka 1: Principy systémů managementu jakosti (QMS)

Zdroj: NENADÁL, Jaroslav. Měření v systémech managementu jakosti. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 13.

Z tabulky je patrné, že oba modely jsou (až na princip č. 5) v podstatě totožné a oba modely mají na prvním místě uveden princip „Orientace na zákazníka“.

Princip orientace na zákazníka je podle Šalgovičové v souladu s hlavní zásadou marketingové koncepce podnikání a vychází z přesvědčení, že „organizace jsou závislé na svých zákaznících, a proto mají chápat jejich současné a budoucí potřeby, mají uspokojovat požadavky zákazníků a mají se snažit překonat jejich očekávání.“¹⁷

Podle Nenadála z toho vyplývá, že „organizace, které se snaží tento princip efektivně naplňovat, musí systematicky:

- zkoumat požadavky svých zákazníků (i zákazníků konkurence),
- rychle a efektivně plnit tyto požadavky a
- zkoumat to, do jaké míry dodané produkty vyhovují potřebám a očekáváním zákazníků.

¹⁶ Srov. např. MÜLLER, Hansruedi. *Qualitätsorientiertes Tourismus-Management*. Bern: [s.n.], 2000, str. 66-70.

¹⁷ ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripsoft, 2006, str. 41.

Poslední z procesů se označuje jako měření a monitorování spokojenosti zákazníků.¹⁸ Spokojenost zákazníků se ukazuje jako důležitá součást obou systémů managementu jakosti, a proto o ní bude pojednávat následující kapitola.

1.3 Spokojenost zákazníků

Spokojenost zákazníků je jedním z ukazatelů kvality v modelech ISO i EFQM a patří podle Foreta a Stávkové mezi nehmotné zdroje rozhodující o úspěšnosti firmy. Spokojenost zákazníků vychází z tzv. teorie rozporu, tj. konfrontace představ zákazníka o charakteristikách produktu s charakteristikami, které mu zákazník přisuzuje po jeho nákupu.¹⁹

Stejně pojetí spokojenosti uvádí i Nenadál, podle kterého je „spokojenost zákazníka souhrnem pocitů vyvolaných rozdílem mezi jeho požadavky a vnímanou realitou na trhu.“²⁰ Navíc definuje i tři základní stavy spokojenosti zákazníků:²¹

- tzv. *potěšení zákazníka* nastává v případě, kdy vnímaná realita a poskytnutá hodnota převyšuje jeho původní očekávání;
- *plná, naprostá spokojenost zákazníka*, která je daná úplnou shodou mezi potřebami a očekáváním zákazníka;
- *limitovaná spokojenost*, v rámci níž není vnímaná realita totožná s původními požadavky zákazníka, zákazník může být do určité míry spokojen, ale méně než v předchozích dvou případech.

Spokojený zákazník je podle Kozla zpravidla zákazníkem loajálním, kupuje pravidelně, podává svým známým dobré reference o výrobku nebo službě a případně je ochoten akceptovat i vyšší cenu.²²

Orientace firmy na zákazníka a jeho spokojenost je tak v dnešní době nutností a předpokladem přežití organizace na trhu. To by si měli podle Cochran²³ uvědomit zejména manažeři, doporučuje dodržovat tři níže uvedená pravidla a komunikovat je vhodným způsobem i dalším pracovníkům organizace:

¹⁸ NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 4.

¹⁹ Srov. FORET, Miroslav, STÁVKOVÁ, Jana. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003, str. 107.

²⁰ NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 57.

²¹ Srov. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 57.

²² Srov. KOZEL, Roman, et al. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006, str. 193.

²³ Srov. COCHRAN, Craig. *Customer satisfaction: tools, techniques, and formulas for success*. Chico: Paton Professional, 2003, str. 2-3.

- 1) spokojení zákazníci jsou nejvyšším cílem organizace,
- 2) spokojenost zákazníků je investice,
- 3) každý zaměstnanec organizace se musí podílet na spokojenosti zákazníka.

Investice do spokojenosti zákazníků je pro firmu výhodná, protože je dokázáno, že „náklady na získání nových zákazníků jsou mnohonásobně vyšší než na udržení si zákazníků stávajících.“²⁴

Tato kapitola se zabývá spokojeností zákazníků, zdůrazněn byl význam spokojených zákazníků pro organizaci. Podle známého výroku Lorda Kelvina „Nemůžete řídit, co neumíte změřit“²⁵ by spokojenost zákazníků měla být měřena a kvantifikována pomocí množství měřitelných ukazatelů. K tomu mohou organizace použít buď již zavedených standardizovaných metodik, popř. vytvořit vlastní postupy a normy pro měření a vyhodnocování spokojenosti svých zákazníků. Obecně doporučovaným postupům měření spokojenosti zákazníků se autor bude věnovat v následující kapitole.

1.4 Postupy měření spokojenosti zákazníků

Veškeré postupy monitorování a měření spokojenosti zákazníků se dají rozdělit do dvou základních směrů:

- a) postupy využívající tzv. výstupní ukazatele vnímání zákazníků,
- b) postupy využívající tzv. interní ukazatele výkonnosti.

„Postupy pracující s výstupními ukazateli vnímání zákazníků bezprostředně vypovídají o úrovni vnímání jednotlivých produktů různými skupinami zákazníků a zpravidla se opírají o údaje získané pravidelnými průzkumy u externích zákazníků, resp. zaměstnanců. Postupy druhé skupiny jsou založeny na analýze údajů získaných z interních databází organizací, které produkty zákazníkům dodávají. O těchto ukazatelích zákazníci nemusí vůbec vědět, nejsou odvozeny od jejich názorů, jsou naopak odrazem toho, jak jsou

²⁴ GFK PRAHA A INCOMA CONSULT kolektiv autorů. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků – od teorie k praxi*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 10.

²⁵ „You can't manage what you can't [don't] measure“. Kromě Lorda Kelvina bývá tento výrok připisován i P. Druckerovi nebo W. E. Demingovi. Srov. *The Importance of Measurements* [online]. 2007 [cit. 2010-01-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.webperformancematters.com/journal/2007/5/7/the-importance-of-measurements.html>>.

v organizaci efektivně rozvíjeny procesy, jež pak přímo podmiňují pozitivní nebo negativní vnímání zákazníků.²⁶

V následujícím textu autor rozebere pouze postupy využívající výstupní ukazatele vnímání zákazníků, protože tyto postupy budou aplikovány v empirické části bakalářské práce. Pro zajištění profesionality a systematičnosti tohoto typu měření spokojenosti zákazníků doporučuje Nenadál dodržovat následující postup:²⁷

- 1) definovat, kdo je pro firmu zákazníkem,
- 2) definovat požadavky zákazníků a znaky jejich spokojenosti,
- 3) navrhnout a vytvořit dotazníky k měření spokojenosti zákazníků,
- 4) stanovit velikost výběru,
- 5) vybrat vhodnou metodu sběru dat,
- 6) vyhodnotit data na základě vytvořených postupů pro vyhodnocování, včetně postupů kvantifikace míry spokojenosti,
- 7) využít výsledky měření spokojenosti jako vstupy pro procesy zlepšování.

Jednotlivými kroky procesu měření spokojenosti zákazníků se bude autor zabývat v následujících podkapitolách.

1.4.1 Definování zákazníků

Na samém začátku procesu měření spokojenosti zákazníků si musí organizace vyjasnit, u kterých skupin zákazníků bude měření jejich spokojenosti realizovat. V literatuře se zákazníci obvykle rozlišují na interní a externí.²⁸ *Interním zákazníkem* je každý zaměstnanec organizace, který pracuje s výsledky aktivit svých spolupracovníků a své výsledky práce předává dalším. Je tak dodavatelem i zákazníkem v jedné osobě. *Externím zákazníkem* je subjekt přijímající produkt, může vystupovat jednak v roli distributora (produkt dále prodává pro účely dalšího zpracování), jednak v roli uživatele (produkt bezprostředně používá či postupuje k použití dalším osobám).²⁹

²⁶ NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 15-16.

²⁷ NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 61.

²⁸ Např. VEBER, Jaromír, et al. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, str. 20; NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 61; ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripssoft, 2006, str. 98.

²⁹ Srov. VEBER, Jaromír, et al. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, str. 20-21.

Jiné dělení zákazníků uvádí Vavra, podle kterého je možné zjišťovat spokojenost následujících skupin zákazníků:³⁰

- 1) současní zákazníci,
- 2) bývalí zákazníci,
- 3) potenciální zákazníci,
- 4) zákazníci konkurence.

Podle Šalgovičové je tak pro organizace velmi důležité určit, u kterých skupin zákazníků se bude měření spokojenosti realizovat. Definování zákazníků totiž ovlivňuje všechny další činnosti, které s tímto měřením souvisejí.³¹

1.4.2 Definování požadavků zákazníků, znaků jejich spokojenosti a jejich závažnosti

Pojem „požadavek zákazníka“ chápe Nenadál jako „transformaci hlasu zákazníka do formulací srozumitelných dodavateli, obsahující potřeby a očekávání.“ Znak spokojenosti pak definuje jako „měřitelné a neměřitelné znaky zajišťující, že požadavky zákazníků budou splněny, a přímo podmiňují míru jeho vnímání daného výrobku nebo služby.“³²

Jak píše Půček, znaky je vždy třeba definovat pro konkrétní službu. Při definování znaků je vhodné dotazovat se zákazníků, co je pro ně důležité. Nebo se alespoň pokusit vcítit do očekávání zákazníků.³³

Podle Nenadála je tak možné rozlišit v zásadě dva možné přístupy k definování znaků spokojenosti:

- a) aplikace rozvoje znaků spokojenosti,
- b) naslouchání hlasu zákazníků.

První přístup nepracuje s názory reálných zákazníků, ale vlastních zaměstnanců, kteří by se měli empaticky vcítit do role externích zákazníků a v návaznosti na to stanovit znaky produktu, které by ovlivnily jejich pocity (vnímání). Tento způsob by však měly

³⁰ VAVRA, Terry. Improving Your Measurement of Customer Satisfaction. [s.l.]: American Society for Quality, 1997, str. 63.

³¹ Srov. ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripsoft, 2006, str. 98.

³² NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 62, 64.

³³ PŮČEK, Milan, et al. *Měření spokojenosti v organizacích veřejné správy – soubor příkladů*. 1. vyd. Praha: Tiskárna Ministerstva vnitra, 2005, str. 19.

organizace užít pouze v případě, kdy není možné použít druhý přístup, tzn. zkoumání názorů reálného vzorku externích zákazníků. Ten za podmínky dostatečně reprezentativního vzorku zákazníků zaručuje, že se podaří objektivně odhalit téměř všechny znaky spokojenosti, měl by být tedy v organizacích preferovanější. V obou přístupech je pak možné volit různé metody, které se od sebe liší zejména náročností na zdroje, ale i mírou objektivit získaných výsledků.³⁴

Co se týče druhého přístupu, tedy naslouchání hlasu zákazníků, je možné mezi vhodné metody zařadit:³⁵

- diskuze v ohniskových skupinách,
- přímá interview s jednotlivci,
- dotazníkovou metodu,
- metodu kritických událostí.

Diskuze v ohniskových skupinách

Ohniskovou skupinou je myšlena skupina 6-12 skutečných, nebo potenciálních zákazníků, s nimiž se vede moderovaná diskuze. Jejím cílem je vytvoření seznamu požadavků zákazníků, respektive znaků jejich spokojenosti.³⁶ Výhodou je podle O'Neilla skutečnost, že odpověď jednoho respondenta může inspirovat jiného účastníka diskuze. Navíc zapojuje zákazníky nejen do identifikace případných problémů a nespokojenosti, ale také do jejich řešení.³⁷

Přímá interview s jednotlivci

Jednotlivým účastníkům jsou kladeny předem připravené otázky, výsledkem by měl být ucelený seznam požadavků zákazníků. Tazatel může pomoci dotazovaným osobám rozvíjet jejich názory kladením dodatečných otázek.³⁸ Přímé rozhovory s jednotlivci „představují velmi spolehlivou metodu získávání informací o znacích spokojenosti

³⁴ Srov. NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 20-21.

³⁵ Např. ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripsoft, 2006, str. 101.; NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 21-24.

³⁶ Srov. ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripsoft, 2006, str. 102.

³⁷ Srov. O'NEILL, Martin. „Measuring Service Quality and Customer Satisfaction“. In KANDAMPULLY, Jay, MOK, Connie, SPARKS, Beverly. *Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure*. New York: The Haworth Hospitality Press, 2001, str. 175.

³⁸ Srov. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 66.

zákazníků.³⁹ Nevýhodou této metody jsou podle O'Neillů vysoké náklady na čas a finanční zdroje.⁴⁰

Dotazníková metoda

Dotazníková metoda je podle Nenadály nejmeně vhodnou metodou získávání údajů o tom, jaké znaky ovlivňují vnímání zákazníků. V předem vytvořených dotaznících jsou respondenti požádáni o definování těchto znaků. Dotazníky by je ale neměly nijak omezovat, např. počtem znaků.⁴¹

Metoda kritických událostí

Pojem kritická událost vyjadřuje konkrétní vyjádření zákazníků, které se vztahuje k pozitivní nebo negativní zkušenosti s využitím daného nebo podobného produktu. Je to vzpomínka, která zákazníkovi nevymizela z paměti. Vybraní respondenti mají s využitím produktu osobní zkušenost a každý je vyzván, aby definoval 5-10 pozitivních i negativních událostí. V optimálním případě je tak vytvořen seznam kritických událostí, ze kterého je následně stanoveným postupem odvozen seznam znaků spokojenosti.⁴²

Když jsou znaky spokojenosti identifikovány, je dále nutné stanovit jejich závažnost. Ta představuje důležitost daného znaku kvality a může být stanovena v zásadě dvěma základními metodami:

- a) alokační metodou,
- b) metodou párového porovnávání.

Princip **alokační metody** spočívá v tom, že každému z dotazovaných zákazníků dáme možnost do předem připraveného formuláře rozdělit určitou sumu bodů (jako nejvhodnější se jeví celkový počet 100 bodů). Zákazník podle svého názoru tuto sumu bodů rozdělí mezi jednotlivé znaky spokojenosti. Některým znakům nemusí přidělit žádnou váhu. Minimální vzorek dotazovaných by měl čítat minimálně 30 zákazníků.

³⁹ NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 21-22.

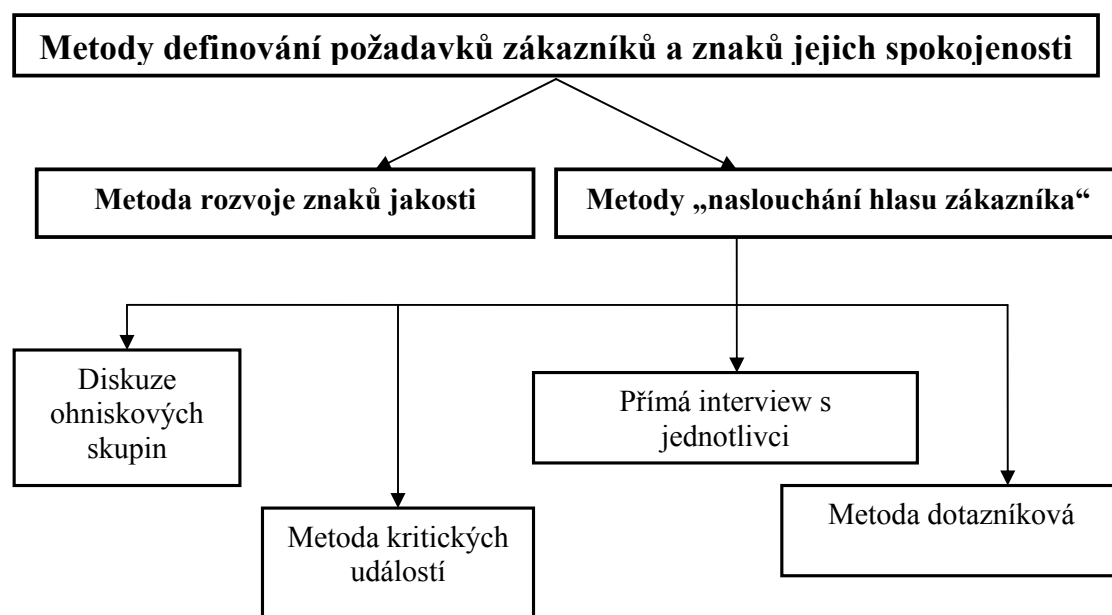
⁴⁰ Srov. O'NEILL, Martin. „Measuring Service Quality and Customer Satisfaction“. In KANDAMPULLY, Jay, MOK, Connie, SPARKS, Beverly. *Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure*. New York: The Haworth Hospitality Press, 2001, str. 175.

⁴¹ NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 21.

⁴² Srov. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 67-71.

Metoda párového porovnání je založena na individuálním „hlasování“ každého ze skupiny zákazníků. Princip metody spočívá v tom, že zákazníci porovnávají vždy pouze dvojici (pár) znaků spokojenosti mezi sebou tak, aby byly vyčerpány všechny alternativy dvojic v celém seznamu znaků spokojenosti.⁴³

Celkový přehled o metodách směřujících k definování požadavků zákazníků a znaků jejich spokojenosti pak přehledně podává následující obrázek:



Obrázek 1: Metody definování požadavků zákazníků a znaků jejich spokojenosti

Zdroj: NENADÁL, Jaroslav. Měření v systémech managementu jakosti. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 65.

⁴³ Srov. NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 29-30.

1.4.3 Návrh a tvorba dotazníku k měření spokojenosti zákazníků

Dalším krokem v procesu měření spokojenosti zákazníků je návrh dotazníků. Dotazník představuje nejpoužívanější nástroj ke zjištění zpětné vazby. Jeho tvorba by měla sestávat z následujících kroků:⁴⁴

- 1) formulování otázek v dotazníku,
- 2) volba vhodného formátu dotazníku,
- 3) popis vstupních informací pro zákazníka,
- 4) definitivní uspořádání otázek v dotazníku.

Formulování otázek v dotazníku

Ve správně sestaveném dotazníku se objevují otázky týkající se jednak celkové spokojenosti zákazníků, jednak spokojenosti s jednotlivými znaky (každému v předchozím kroku definovanému znaku by měla být věnována alespoň jedna otázka). Počet otázek se snaží výzkumník stanovit co nejnižší. Pokud je prvotní seznam otázek příliš dlouhý, je možné jejich počet redukovat, a to buď na základě logického úsudku, nebo lépe pomocí matematických metod.⁴⁵

Volba vhodného formátu dotazníku

Formátem dotazníku se chápe jeho vnější uspořádání tak, aby bylo možné s použitím vhodné škály hodnotit míru spokojenosti. V praxi lze podle Nenadála uplatnit tyto formáty dotazníku pro měření spokojenosti zákazníků:⁴⁶

- formát checklistů,
- formát Likertův,
- formát verbální,
- formát numerický.

Formát checklistů představuje jednoduchou alternativu hodnocení. Zákazník zde má pouze dvě možnosti odpovědi, např. ano – ne, souhlasím – nesouhlasím apod. Tento

⁴⁴ ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripsoft, 2006, str. 104-105.

⁴⁵ Srov. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 72-73, 75-76.

⁴⁶ NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 35.

S Nenadálem souhlasí i Foret a Stávková, podle nichž je škálování nejvhodnějším nástrojem pro měření názorů a postojů. Srov. FORET, Miroslav, STÁVKOVÁ, Jana. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003, str. 39.

formát je sice pro účely vyhodnocení jednoduchý, ale umožňuje pouze hrubý odhad míry spokojenosti zákazníků.⁴⁷ *Likertův formát* umožňuje víceřadové vyjádření míry spokojenosti zákazníků. Stejně jako numerický a verbální formát má přesně definovány hraniční hodnoty absolutně negativního a absolutně pozitivního vnímání. Mezi těmito hraničními hodnotami je pak stanovena škála hodnocení. Otázky jsou v Likertově formátu v podstatě vyjádřeními o určitém stavu znaku spokojenosti a zákazník pouze vyjadřuje souhlas, resp. nesouhlas s uvedenými výroky. *Verbální formát* je odvozen od Likertova formátu. Otázky mají podobu přímo definovaných znaků spokojenosti. Zákazníci odpovídají tím, že vyznačí jeden z možných stavů své spokojenosti (obvykle definovaných v rozsahu od „velmi nespokojen“ až po „velmi spokojen“). *Numerická škála* je pro zákazníka nejkonkrétnější z hlediska vyjadřování míry spokojenosti. Výhodou je i přesné vyhodnocování při statistickém zpracování dat a možnost využít škály s různým počtem stupňů.⁴⁸

Popis vstupních informací pro zákazníka

Správně sestavený dotazník obsahuje také vstupní informace, které by mimo jiné měly zákazníkovi:⁴⁹

- vysvětlit účel a cíle dotazování,
- poskytnout vyčerpávající a srozumitelný návod k vyplnění dotazníku,
- vysvětlit, kdo a jakým způsobem bude údaje z dotazníku zpracovávat,
- vysvětlit význam navržené hodnotící škály,
- naznačit formu motivace respondenta k vyplnění a zaslání dotazníku.

Definitivní uspořádání otázek v dotazníku

Finální dotazník sestává ze tří základních částí:⁵⁰

- 1) otázky souhrnného charakteru,
- 2) otázky zaměřené na hodnocení míry spokojenosti s jednotlivými znaky,
- 3) všeobecné otázky segmentace zákazníků.

⁴⁷ Srov. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 73.

⁴⁸ Srov. NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 35-36.

⁴⁹ ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripsoft, 2006, str. 107.

⁵⁰ NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 75.

1.4.4 Stanovení velikosti výběru (vzorkování zákazníků)

Celkový počet zákazníků je často příliš velký a zkoumat míru spokojenosti u všech by bylo pro organizaci příliš nákladné.⁵¹ Je proto nutné provést výběr zákazníků. Výběrem zákazníků se myslí činnost, při které je vhodným způsobem ze souboru zahrnujícího všechny zákazníky vybrán tzv. výběrový vzorek (tzn. taková struktura a počet zákazníků, jejímž zkoumáním získáme s určenou pravděpodobností stejné výsledky měření, jaké by byly dosaženy v případě, že bychom oslovili všechny zákazníky).⁵²

K výběru zákazníků (jinak nazývaném také vzorkování zákazníků) je možno použít tři základní přístupy.⁵³

- 1) Census,
- 2) Úsudková metoda,
- 3) Statistické metody.

Census v praxi zahrnuje zjišťování míry spokojenosti u všech zákazníků organizace, jedná se tedy o vyčerpávající šetření.

V *úsudkové metodě* je výběr zákazníků závislý na rozhodnutí lidí, kteří mají se vzorkováním zákazníků zkušenosti. Mohou tak dbát na proporcionální zastoupení jednotlivých skupin zákazníků. Nevýhodou však bývá problém generalizace výsledků na celý soubor.

Statistické (pravděpodobnostní) metody vycházejí z poznatků teorie pravděpodobnosti a matematické statistiky, přičemž se zpravidla dělí na jednoduché vzorkování, stratifikované vzorkování a víceetapové vzorkování. Tyto metody Šalgovičová⁵⁴ charakterizuje následovně:

Jednoduché vzorkování je založeno na náhodném výběru vzorku, který je možné považovat za reprezentativní, zatímco výsledky měření spokojenosti se považují za výsledky celého souboru.

V rámci metody stratifikovaného vzorkování je celý soubor nejprve rozdělen na dvě nebo více skupin, s nimiž se dále pracuje jako se soubory, ze kterých se náhodně

⁵¹ ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripsoft, 2006, str. 109.

⁵² Srov. NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 40.

⁵³ Srov. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 81-84.

⁵⁴ Srov. ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripsoft, 2006, str. 111-112.

vyberou respondenti. To umožňuje získat samostatné výsledky u každé skupiny a jednotlivé skupiny mezi sebou porovnávat. Tato metoda bude použita v empirické části bakalářské práce.

Ve vícestupňovém vzorkování se výběr realizuje na úrovni skupin zákazníků vytvořených podle určitých zásad. Celkový počet skupin se považuje za soubor, ze kterého se pak náhodně vyberou jen ty skupiny, se kterými se bude dále pracovat.

Dalším faktorem, který ovlivňuje spolehlivost získaných údajů, je *velikost výběru*. K určení minimální velikosti výběru doporučuje Nenadál použít vzorce, které jsou blíže popsány v publikaci „*Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*“.⁵⁵ Jejich nevýhodou však je, že v těchto vzorcích pro výpočet minimální velikosti výběru figurují veličiny, které je možné získat jen ze statisticky zpracovaných dat z předchozích výzkumů spokojenosti zákazníků. Pokud tedy organizace nemají data z předchozích výzkumů, musí při stanovení velikosti výběru dotazovaných zákazníků uplatnit pouze úsudek lidí, kteří tento projekt připravují.

Konečná velikost výběrového vzorku je vždy kompromisem mezi několika skutečnostmi.⁵⁶

- 1) použitým výběrovým plánem,
- 2) hodnotou získanou teoretickým výpočtem,
- 3) úvahou o dalším možném třídění do jemnějších skupin a podskupin, které budou dále v rámci vzorku analyzovány,
- 4) plánováním dalších statistických analýz,
- 5) náklady na získání vzorku,
- 6) časovým limitem, po který je možné výběrové šetření provádět a případně další faktory.

⁵⁵ Viz NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 42-44.

⁵⁶ Viz GFK PRAHA A INCOMA CONSULT kolektiv autorů. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků* – od teorie k praxi. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 35-36.

1.4.5 Výběr vhodné metody sběru dat

Určení vhodné metody sběru dat patří k dalším důležitým krokům při měření spokojenosti zákazníků. V praxi se nabízejí zejména následující metody sběru dat o spokojenosti zákazníků:⁵⁷

- a) pomocí telefonu,
- b) pomocí klasické či elektronické pošty,
- c) využitím internetu,
- d) osobními rozhovory se zákazníky,
- e) metodou „pro forma“, v níž zákazníci mají možnost reagovat na dotazníky při východech z obchodních center, po poskytnutí služby apod.

Výběr vhodné techniky šetření pak závisí podle Foreta a Stávkové zejména na povaze zjišťovaných informací a na jejich potřebném rozsahu, na charakteru respondentů, na časových a finančních možnostech.⁵⁸

1.4.6 Tvorba postupů pro vyhodnocování dat

Aby bylo využití údajů získaných v předchozím kroku efektivní, je nutné je vhodným způsobem zpracovat za použití adekvátních metod a postupů s podporou standardních statistických nástrojů.⁵⁹

Ať už si ale firma zvolí jakýkoliv způsob vyhodnocování dat, musí zohlednit následující skutečnosti:⁶⁰

- různé znaky spokojenosti mohou mít pro zákazníky rozdílnou závažnost,
- rozhodující je poznání trendů ve vývoji míry spokojenosti zákazníků,
- s výsledky vyhodnocování míry spokojenosti zákazníků mají být seznamováni všichni zaměstnanci firmy, ne pouze vrcholové vedení.

K vyhodnocování dat mohou být v praxi využity i další statistické charakteristiky jako medián, rozpětí atd. Při interpretaci zpracovaných dat je vhodné využít grafických výstupů ve formě nejrůznějších koláčových, průběhových, sloupcových a dalších grafů. Vedení organizací z nich může velmi rychle vyvodit příslušné závěry a rozhodnutí o

⁵⁷ Srov. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 88.

⁵⁸ FORET, Miroslav, STÁVKOVÁ, Jana. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003, str. 47.

⁵⁹ Srov. ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. *Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu*. 1. vyd. Trnava: Tripssoft, 2006, str. 115.

⁶⁰ NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 91.

příslušných opatřeních ke zlepšení dosavadního vnímání dodávaných produktů ze strany externích zákazníků.⁶¹

1.4.7 Využívání výsledků měření spokojenosti jako vstupů pro procesy zlepšování

Vedení organizace by mělo trvale sledovat výsledky měření spokojenosti zákazníků a z nich vyplývající trendy. Zvyšování míry spokojenosti externích i interních zákazníků je totiž nejdůležitějším předpokladem zachovávání jejich loajality a tím i dosahování dlouhodobé ekonomické úspěšnosti. Výsledky měření spokojenosti by tak měly ovlivnit další směřování zdrojů do projektů zlepšování.⁶²

⁶¹ Srov. NENADÁL, Jaroslav, et al. *Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků*. 1. vyd. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, str. 54.

⁶² Srov. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, str. 97-98.

1.5 Ubytovací služby

Ubytovací služby jsou „služby spojené s poskytnutím přechodného ubytování pro osobu mimo místo jejího trvalého bydliště.“⁶³ Tyto služby jsou poskytovány v zařízeních různého typu a jsou zpravidla spojeny i s poskytováním dalších služeb, které host požaduje, např. v souvislosti s volnočasovými aktivitami (sportovní, společenské a další činnosti), popř. aktivitami spojenými s jeho profesí (připojení na internet).⁶⁴ Poskytování (prodej) ubytovací služby se děje na smluvním základě, vzájemná práva a povinnosti ubytovatele a hosta vymezuje smlouva o ubytování. Její náležitosti upravuje ubytovací řád.⁶⁵ Výše uvedené obecné charakteristiky ubytovacích služeb platí i pro ubytovací služby studentských kolejí.

Ubytovací služby poskytují různé druhy zařízení a je možné je rozčlenit do dvou základních kategorií:

- a) ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních,
- b) ubytování v soukromí.

Mezi hromadná ubytovací zařízení je možné zařadit především hotely (motel, hotel, horský hotel, hostel atd.) a obdobná zařízení (penzion, turistická ubytovna, kemp atd.), do kategorie ubytování v soukromí spadá ubytování v domech, chalupách, chatách nebo pokojích, které pronajímá majitel.⁶⁶ Student, který nemá trvalé bydliště v místě vysoké školy, tak má na výběr z těchto dvou kategorií ubytování – může si vybrat hromadné ubytovací zařízení školy (koleje) nebo jinou ubytovnu, popř. si najít ubytování v soukromí.

Trh s ubytovacími službami pro studenty má svá specifika. O nich pojednává např. článek „Koleje a ubytovny“,⁶⁷ který charakterizuje tento trh následovně:

- průměrná cena kolejného vzrůstá každý akademický rok, aniž by se zvyšovala kvalita;
- priváty jsou leckde levnější, kvalitnější, ovšem těžko sehnatelné obzvláště ve velkých městech;

⁶³ ČERTÍK, Miroslav, et al. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. 1. vyd. Praha: OFF, 2001, str. 87.

⁶⁴ Srov. ČERTÍK, Miroslav, et al. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. 1. vyd. Praha: OFF, 2001, str. 87.

⁶⁵ Srov. BERÁNEK, Jaromír. *Provozujeme pohostinství a ubytování*. Havlíčkův Brod: MAG Consulting, 2004, str. 28.

⁶⁶ ČERTÍK, Miroslav, et al. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. 1. vyd. Praha: OFF, 2001, str. 96.

⁶⁷ Koleje a ubytovny. PROJECT & PROPERTY. 2006, Zima, s. 38-43. Dostupný z WWW: <http://www.centers.cz/PROJECT%20PROPERTY%20ARCHIVE/2006/zima/38_43_ubytovny.pdf>.

- ve větších městech s více vysokými školami se privát shání hůře – majitelé bytů studenty nevyhledávají s ohledem na vyšší opotřebení po pobytu studentů a především s ohledem na vyšší fluktuaci nájemníků;
- studenti nechtějí bydlet doma ani v případě, že bydlí v místě sídla školy, snaží se bydlet na kolejích nebo se svými spolužáky, aby byli v centru dění.

Výzkum kvality služeb univerzitních zařízení a měření spokojenosti zákazníků, tedy ubytovaných studentů, nelze podceňovat. Podle Vágnera⁶⁸ „lze hypoteticky předpokládat, že:

- uchazeč o vysokoškolské studium řadí nabídku univerzitních ubytovacích a stravovacích služeb mezi významné parametry pro své rozhodování o výběru školy,
- existuje korelace mezi rozsahem a úrovní poskytování ubytovacích a stravovacích služeb a efektivností univerzitního výchovně-vzdělávacího procesu.“

Zároveň není podle Vágnera náležitě docenována důležitost univerzitních ubytovacích a stravovacích služeb z hlediska budování strategické pozice školy.⁶⁹

Tato kapitola zakončila teoretickou část této bakalářské práce. Autor v ní nastínil základní pojmy a nejdůležitější koncepty v oblasti managementu kvality, doporučené postupy při průzkumu spokojenosti zákazníků a stručně charakterizoval ubytovací služby. V praktické části seznámí autor čtenáře s konkrétní nabídkou ubytovacích služeb Správy kolejí a menz Univerzity Palackého (dále jen SKM UP) a aplikuje doporučený postup měření spokojenosti, tzn. provede podle stanovených kroků průzkum spokojenosti studentů s ubytováním na kolejích Univerzity Palackého.

⁶⁸ VÁGNER, Ivan. *Strategie rozvoje ubytovacích a stravovacích služeb v rámci univerzity*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1997, str. 9.

⁶⁹ Tamtéž, str. 9.

2 Empirická část

V první sekci empirické části bakalářské práce autor popíše ubytovací služby kolejí Univerzity Palackého, zmíní se o poskytovaných doprovodných službách, ubytovacích kapacitách a cenách za ubytování. Ve druhé části provede podle stanovených kroků průzkum spokojenosti studentů s ubytováním na kolejích Univerzity Palackého.

2.1 Ubytovací služby kolejí Univerzity Palackého⁷⁰

SKM UP nabízí celoroční ubytování především studentům a zaměstnancům UP, ale i pro ostatní zájemce. Možnost krátkodobého i dlouhodobého ubytování tak mohou využít nejen studenti UP v prezenční formě studia (studenti bakalářských, magisterských a doktorských studijních programů v prezenční formě, vzdělávacích programů v rámci EU a dlouhodobých studijních pobytů zahraničních studentů), ale i jiní hosté, např. zaměstnanci UP, studenti distančního a kombinovaného studia UP, účastníci akcí pořádaných UP atd. Pro tyto osoby jsou k dispozici následující objekty ve správě SKM UP:

1. Kolej 17. listopadu, tř. 17. listopadu 54, Olomouc,
2. Kolej J. L. Fischera blok A, Šmeralova 10, Olomouc,
3. Kolej J. L. Fischera blok B, Šmeralova 10, Olomouc,
4. Kolej M. Kudeříkové, Kateřinská 17, Olomouc,
5. Kolej E. Rošického, U Sportovní haly 4, Olomouc,
6. Kolej gen. Svobody blok A, Šmeralova 12, Olomouc,
7. Kolej gen. Svobody blok B, Šmeralova 12, Olomouc,
8. Kolej Šmeralova, Šmeralova 6, Olomouc,
9. Kolej B. Václavka blok A, Šmeralova 8, Olomouc,
10. Kolej B. Václavka blok C, Šmeralova 8, Olomouc,
11. Kolej Neředín 1, tř. Míru 113, Olomouc,
12. Kolej Neředín 2, U letiště 786, Olomouc,
13. Kolej Neředín 3, U letiště 827, Olomouc,
14. Kolej Neředín 4, U letiště 847, Olomouc,
15. Kolej Chválkovice, Na Zákopě 26, Olomouc.

⁷⁰ Informace v podkapitole 2.1 čerpány z webových stránek SKM UP (viz Správa kolejí a menz Univerzity Palackého [online]. 2001-2010 [cit. 2010-03-19]. Dostupné z WWW: <http://skm.upol.cz/>) a Řádu vysokoškolské koleje Univerzity Palackého v Olomouci.

2.1.1 Řád vysokoškolské koleje Univerzity Palackého v Olomouci

Základním dokumentem, kterým se řídí ubytování studentů, je *Řád vysokoškolské koleje Univerzity Palackého v Olomouci* (dále jen „Řád“). Aktuální Řád, schválený 24. dubna 2006, sestává ze 17 článků:

- čl. 1. Úvodní ustanovení
- čl. 2. Základní ustanovení
- čl. 3. Základní podmínky pro ubytování na kolejích UP v akademickém roce
- čl. 4. Administrativní a organizační zajištění ubytování studentů na kolejích UP
- čl. 5. Smlouva o ubytování
- čl. 6. Způsoby ubytování a poplatky za ubytování
- čl. 7. Zásady ubytování studentů a jiných osob v objektech SKM UP
- čl. 8. Způsoby úhrady poplatků za ubytování
- čl. 9. Ukončení dlouhodobého ubytování v rámci ubytovacího řízení
- čl. 10. Domovní řád VŠ koleje
- čl. 11. Ubytovaní studentů UP v letních měsících
- čl. 12. Studentská kolejni samospráva
- čl. 13. Volební řád Kolejní rady
- čl. 14. Poslání Kolejní rady
- čl. 15. Aktivita Kolejní rady
- čl. 16. Jednací řád Kolejní rady
- čl. 17. Společná a závěrečná ustanovení

Tento řád stanoví podmínky pro ubytování studentů UP a přidělování volných míst, administrativní a organizační pravidla ubytování studentů na kolejích UP, způsoby úhrady poplatků za ubytování atd. Zvláštní pozornost si zaslouží články 12 až 16 upravující činnost tzv. „*Kolejní rady*“.

Kolejní rada je volený orgán studentské kolejní samosprávy, který zastupuje ubytované studenty a prosazuje jejich zájmy při jednáních s vedením SKM. Volby do kolejní rady probíhají na začátku každého akademického roku, jsou jednokolové a zástupcem každé koleje je zvolen ten kandidát, který v tomto kole voleb na dané koleji získal nejvyšší počet hlasů. Jednání kolejní rady jsou veřejná a probíhají zpravidla jednou měsíčně. Z jednání se pořizují zápisy, které jsou dostupné např. na internetových stránkách SKM.⁷¹

⁷¹ Viz *Řád vysokoškolské koleje Univerzity Palackého v Olomouci*. Olomouc: Správa kolejí a menz, 24.4.2006 vzpp., 13 s. Dostupné z WWW: <<http://skm.upol.cz/document/download/HNB1-06-2.pdf>>.

2.1.2 Poskytované služby

SKM UP poskytuje kromě základní služby ubytování na všech dvanácti kolejích i následující služby:

- internetové připojení na všech pokojích,
- opravy závad na pokojích,
- výměna ložního prádla,
- úklid společných prostor,
- možnost praní prádla v automatických pračkách, většinou včetně sušičky,
- společná kuchyňka,
- zapůjčení vysavače, žehličky,
- telefon s propojením na celouniverzitní síť.

Co se týče sportovního vyžití studentů, nachází se v areálu kolejí Envelopa hřiště, na kolejích B. Václavka je malá tělocvična, na koleji Neředín II je zase možné najít posilovnu. Na kolejích J. L. Fischera a Neředín II je místnost s pingpongovými stoly. Dále se na většině kolejí nachází TV místnosti a studovny (výjimkou jsou koleje Neředín), na koleji 17. listopadu se nachází hudební místnost s klavírem, na koleji J. L. Fischera ordinuje praktický lékař. Kolej Neředín III umožňuje jako jediná partnerské ubytování.

2.1.3 Kapacita ubytovacích zařízení

Celková kapacita všech ubytovacích zařízení SKM UP pro studenty v prezenční formě studia je 5080 lůžek, přičemž k 1.3.2010 bylo volných 582 lůžek (11,5% ubytovací kapacity). Co do počtu lůžek má největší kapacitu kolej Generála Svobody (802 lůžek), následovaná kolejí J.L.Fischera (796 lůžek) a Bedřicha Václavka (689 lůžek). Nejmenší kapacitu mají koleje Marie Kudeřikové (77 lůžek) a dále Neředín I (159 lůžek) a Neředín IV (160 lůžek). Ubytování je poskytováno nejčastěji ve třílůžkových pokojích (1116 pokojů), nejméně často ve čtyřlůžkových pokojích (163 pokojů, z toho 158 na koleji Šmeralova). V příloze č. 1 je možné nalézt tabulku, která shrnuje informace o kapacitě ubytování jednotlivých kolejí a která také zachycuje stav volných lůžek na jednotlivých kolejích (k 1.3.2010).

2.1.4 Cena ubytování

Podle aktuálního ceníku (platnost od 1.7.2009) se cena za ubytování na kolejích SKM UPOL se pohybuje od 60 do 96 Kč/noc v závislosti na počtu lůžek na pokoji a dané koleji. Nejdražším ubytováním se stává bydlení na jednolůžkovém pokoji na kolejích Neředín II, III a IV a Bedřicha Václavka (96 Kč/noc), nejlevnější ubytování může student sehnat za 60 Kč na čtyřlůžkovém pokoji na kolejích Šmeralova. Průměrná cena ubytování na kolejích je 75 Kč/noc. Aktuální ceník je součástí přílohy č. 2.

2.1.5 Lokalita

Velmi výhodnou pozici vzhledem k dopravnímu spojení a vzdálenosti od centra mají koleje v areálu *Envelope* (17. listopadu, Bedřicha Václavka, J. L. Fischera, Gen. Svobody a Šmeralova). V blízkosti tohoto areálu se nachází Právnická a Pedagogická fakulta a hlavní menza UP. Koleje jsou lehce dostupné tramvají nebo autobusy a vzdálenost do centra města je zhruba 10 minut pěší chůze.

Koleje Evžena Rošického se nacházejí poblíž Sportovní haly UP, jsou dostupné autobusem a vzdálené cca 15 minut chůze od centra Olomouce. Kolej Chválkovice se nachází na předměstí Olomouce v části Chválkovice a z hlediska vzdálenosti od centra města mají nejnevýhodnější polohu. Naopak kolej Marie Kudeříkové se nachází přímo v centru města nedaleko Dolního náměstí.

Areál kolejí *Neředín* (Neředín I, II, III, IV) se nachází na předměstí Olomouce v části Neředín, nedaleko Fakulty tělesné kultury. Areál, jehož součástí je i menza, je snadno dostupný tramvají (linky 2, 7), přičemž jízda do centra města trvá 15-20 minut.

Poloha všech kolejí a jejich vzdálenost od centra je zaznamenána na mapce, která je součástí přílohy č. 3.

2.2 Průzkum spokojenosti studentů s ubytovacími službami SKM UP

Tato kapitola tvoří stěžejní část empirické části bakalářské práce. Autor provede podle kroků, které byly nastíněny v kapitole 1.4, průzkum spokojenosti studentů s ubytovacími službami SKM UP.

Hlavním cílem výzkumu je, jak už bylo řečeno v úvodní kapitole, zjištění míry spokojenosti studentů s kvalitou ubytování na kolejích Univerzity Palackého. Z tohoto cíle výzkumu vyplynuly následující výzkumné otázky:

- 1) Jak jsou studenti spokojeni s ubytováním na kolejích?
- 2) S čím jsou nespokojeni?
- 3) Jaké faktory a do jaké míry ovlivňují spokojenost studentů?

K zodpovězení stanovených výzkumných otázek autor využije výzkumnou metodologii popsanou v teoretické části. Prvním ze sedmi kroků této výzkumné metodiky je definování zákazníků.

2.2.1 Definování zákazníků

Cílovou skupinou našeho průzkumu spokojenosti, a tedy základním souborem, budou všichni externí zákazníci kolejí UP, kteří splňují následující podmínky:

- 1) jsou dlouhodobě ubytováni v jedné z dvanácti budov kolejí UP,
- 2) jsou studenty Univerzity Palackého v prezenčním studiu nebo studenty jiných VŠ v rámci programů mobility a výměnných pobytů (např. program Erasmus),
- 3) bydlí na koleji během akademického školního roku, tzn. jsou současnými zákazníky SKM UP.

Jako další krok autor definuje požadavky těchto zákazníků.

2.2.2 Definování požadavků zákazníků, znaků jejich spokojenosti a jejich závažnosti

Jak bylo popsáno v kapitole 1.4.2, ke zjištění požadavků zákazníků je možné použít několika metod. V této bakalářské práci se autor rozhodl využít metodu focus groups (ohniskové skupiny) založenou na principu řízené diskuze malé skupiny zákazníků.

Objekty výzkumu ($n=3$)⁷² byli skuteční zákazníci SKM UP, kteří splňují všechny podmínky stanovené v bodě 2.2.1. Z důvodu anonymity bude autor tyto respondenty dále

⁷² Autor si je vědom nízkého počtu účastníků diskuze. Vzhledem k nárokům a požadavkům kladeným na bakalářskou práci ale považuje tento počet za dostatečný.

označovat pod písmeny A, B, C. Následující tabulka přehledně zachycuje důležité charakteristiky zkoumaného vzorku respondentů, kteří se ohniskové diskuze účastnili.

Respondent	Věk	Pohlaví	Ročník studia	Kolej, na které je účastník diskuze ubytován
A	23	Žena	5.	Neředín III
B	25	Muž	2.	17. listopadu
C	20	Žena	2.	Šmeralova

Tabulka 2: Charakteristika respondentů – focus groups

Autor vedl s těmito zákazníky SKM UP moderovanou diskuzi, jejímž cílem bylo zjištění co největšího počtu požadavků zákazníků a následné vytvoření seznamu znaků spokojenosti, z něhož by bylo možné vycházet při sestavování dotazníku. Protože autor práce také splňuje všechny podmínky stanovené v kapitole 2.2.1, rozhodl se dále tento seznam doplnit o další znaky spokojenosti podle svého názoru.

K dosažení cíle (zjištění co největšího počtu znaků spokojenosti) si autor vytvořil seznam otázek,⁷³ které měly respondenty motivovat a inspirovat k diskuzi o faktorech, které ovlivňují jejich spokojenost s ubytováním na kolejích. Autor se v průběhu diskuze respondentů dále doptával a sám dával nové podněty. Diskuze se konala 12. února 2010 a všichni respondenti souhlasili s pořízením audionahrávky.⁷⁴

Získané informace autor analyzoval a sestavil provizorní seznam znaků spokojenosti zákazníků. Jednotlivé znaky dále uspořádal podle podobnosti požadavků do obsahově příbuzných skupin a výsledkem je následující seznam faktorů ovlivňujících spokojenost zákazníků s ubytováním na kolejích:

- cena ubytování,
- dostupnost a kvalita dalších služeb spojených s ubytováním (praní prádla, výměna povlečení, posilovna, menza),
- charakteristiky pokoje (osvětlení, regulace teploty, velikost pokoje, materiální vybavení pokoje, internetové připojení),
- chování personálu SKM UP, kvalita komunikace s vedením,
- kvalita úklidu společných prostor a oprav na pokojích,
- možnost partnerského ubytování,
- vybavení společných kuchyní,
- počet studentů ubytovaných na pokoji,
- poloha koleje a její dostupnost MHD.

⁷³ Viz příloha č. 4.

⁷⁴ Její přepis je součástí přílohy č. 4.

Z tohoto seznamu bude dále autor vycházet při tvorbě dotazníku spokojenosti v bodě 2.2.3.

Po definování požadavků zákazníků následovalo určení jejich závažnosti. Autor se rozhodl pro využití *alokační metody*, která spolehlivě určuje závažnost jednotlivých znaků spokojenosti a zároveň je pro respondenty jednoduchá a srozumitelná. Za tímto účelem vytvořil autor krátký dotazník, který je součástí přílohy č. 5. Ten byl distribuován částečně elektronickou formou pomocí emailu, částečně osobně. Respondenty (n=25) vybíral autor náhodně z řad studentů ubytovaných na kolejích Univerzity Palackého. Respondenti měli za úkol přiřadit jednotlivým znakům spokojenosti určitou váhu podle toho, do jaké míry daný znak ovlivňuje jejich spokojenost s ubytováním na kolejích (čím více bodů danému znaku přiřadili, tím byl důležitější pro jejich spokojenost). Jednotlivé odpovědi respondentů jsou uvedeny v příloze č. 6.

Následující tabulka shrnuje výsledky určení závažnosti jednotlivých znaků spokojenosti:⁷⁵

Znak spokojenosti	Průměrný výsledek
– kvalitní internetové připojení na pokoji	19
– cena ubytování	16
– materiální vybavení pokoje	11
– celodenní dostupnost koleje MHD	11
– vstřícné chování pracovníků SKM UP ke studentům	8
– kvalita úklidu společných prostor	8
– kvalita a dostupnost dalších služeb spojených s ubytováním	7
– materiální vybavení společných kuchyní	7
– možnost regulace teploty pokoje	6
– kvalitní služby opravářů	6
Celkový počet přidělených bodů	100

Tabulka 3: Znaky spokojenosti podle závažnosti

Znaky spokojenosti autor v tabulce č. 3 seřadil sestupně od nejdůležitějšího po nejméně důležitý. Z průzkumu tak vyplývá, že nejdůležitějším faktorem pro spokojenost studentů je mít kvalitní internetové připojení na pokoji. Důležitou roli pro spokojenost studentů hraje i cena ubytování. Naopak nejméně důležitými faktory jsou kvalitní služby opravářů a možnost regulace teploty v pokoji studenta.

K tomuto určení závažnosti jednotlivých faktorů bude autor přihlížet při analýze dat získaných z dotazníků spokojenosti (viz kapitola 2.2.6.).

⁷⁵ Počet znaků spokojenosti byl zredukován na deset, a to z důvodů, které jsou blíže popsány v kapitole 2.2.3.

2.2.3 Návrh a tvorba dotazníku k měření spokojenosti zákazníků

V tomto kroku autor navrhnul vlastní výzkumný nástroj – dotazník, který byl složen z následujících částí:

- 1) vstupní informace pro respondenta,
- 2) otázky zaměřené na segmentaci respondentů,
- 3) otázky zaměřené na hodnocení míry spokojenosti.

Výsledný výzkumný nástroj, který je tvořený celkem pěti hlavními otázkami, je součástí přílohy č. 7. Dotazník byl dále přeložen do anglického jazyka, protože mezi oslovenými respondenty figurovali i studenti, kteří na Univerzitě Palackého studovali v rámci programu mobility a neuměli česky. Tento výzkumný nástroj je taktéž součástí přílohy č. 7.

ad 1) Popis vstupních informací pro respondenta

Vstupní informace pro respondenta autor zařadil na úvod dotazníku. Jejich účelem bylo poskytnout respondentovi základní informace o účelu výzkumu, průměrné době vyplňování dotazníku a motivovat jej k vyplnění dotazníku. Pokyny pro vyplňování dotazníku nebyly součástí těchto vstupních informací, autor je uvedl u každé otázky zvlášť.

ad 2) Všeobecné otázky zaměřené na segmentaci respondentů

Otázka č. 1: „Jsi ubytován na kolejích Univerzity Palackého?“ byla první otázkou segmentace respondentů a jejím účelem bylo vyloučit z výzkumu ty studenty, kteří nejsou ubytováni na kolejích Univerzity Palackého.

Následovala nejdůležitější podotázka segmentace, a sice dotaz, na které koleji respondent bydlí. Jelikož se charakteristiky jednotlivých kolejí liší (viz kapitola 2.1), bude zajímavé vyhodnocovat získaná data nejen z pohledu souhrnné spokojenosti dotázaných studentů, ale i z pohledu spokojenosti studentů s ubytováním na jednotlivých kolejích. Další možná segmentační kritéria nepovažoval autor vzhledem k povaze výzkumného problému a stanoveným výzkumným otázkám za důležitá.

ad 3) Otázky zaměřené na hodnocení míry spokojenosti zákazníků

Otázky č. 2 až 5 tvořily tělo dotazníku a zaměřovaly se na zjištění míry spokojenosti zákazníků a na případné důvody nespokojenosti.

Otázka č. 2 zjišťovala názor zákazníků na jednotlivé znaky spokojenosti definovanými v bodě 2.2.2. Redukce počtu znaků definovaných zákazníky se autorovi jevila jako nutnost, protože zkoumání spokojenosti zákazníků se všemi znaky by značně zvýšilo délku dotazníku. Zredukoval proto seznam zejména o ty faktory, které jsou z hlediska SKM UP obtížně ovlivnitelné (např. velikost pokoje, poloha koleje). V otázce č. 2. pak autor zkoumal spokojenost studentů s následujícími znaky: celodenní dostupnost koleje MHD, cena ubytování, chování pracovníků SKM UP ke studentům, kvalita úklidu společných prostor, kvalita služeb opravářů, materiální vybavení společných kuchyní, materiální vybavení pokoje, kvalita internetového připojení na pokoji, možnost regulace teploty pokoje, kvalita a dostupnost dalších služeb spojených s ubytováním. Poslední podotázka směřovala na celkovou spokojenost studentů s ubytováním na kolejích.

Svoji spokojenost s těmito znaky měli respondenti zaznamenat na numerické škále od 1 do 5, kterou autor vysvětlil i verbálním popisem (1 = velmi spokojen, 2 = spokojen, 3 = ani spokojen, ani nespokojen, 4 = nespokojen, 5 = velmi nespokojen). Respondenti měli možnost daný znak spokojenosti nehodnotit zaškrtnutím pole „N“. Numerický formát byl autorem zvolen záměrně. Nejenže je snadno pochopitelný pro respondenty (jedná se o hodnocení „jako ve škole“), ale je jednoduchý i při vyhodnocování odpovědí autorem výzkumu.

Otázka č. 3 směřovala ke zjištění názoru respondentů na možnosti partnerského ubytování na každé koleji jakožto jednoho z požadavků zákazníků (viz 2.2.2).

Otázka č. 4 byla otázkou souhrnného charakteru a zjišťovala názory studentů na studijní podmínky na kolejích. Studentům, kteří s těmito podmínkami nebyli spokojeni, byl dán prostor pro zdůvodnění své odpovědi.

Otázka č. 5 byla otázkou otevřenou a poskytovala respondentům možnost volně vyjádřit své hodnocení kvality poskytovaných služeb, možnost návrhů na zlepšení stávajícího stavu. Otevřená otázka také mohla pomoci odhalit další znaky spokojenosti, na které by bylo možné se zaměřit v dalších realizovaných průzkumech.

2.2.4 Stanovení velikosti výběru (vzorkování zákazníků)

Při vzorkování zákazníků se autor rozhodl použít statistickou metodu *stratifikovaného vzorkování* (viz kapitola 1.4.4), protože použití statistických metod v porovnání s metodou úsudkovou zaručuje spolehlivější výsledky a možnost zobecnění na základní soubor, v porovnání s metodou census není natolik nákladné a náročné na zdroje.

Základní soubor je tvořen všemi zákazníky SKM Univerzity Palackého, kteří splňují podmínky stanovené v kapitole 2.2.1. Tento základní soubor obsahuje k 1. březnu 2010 celkem 4498 studentů. Podle metody stratifikovaného vzorkování byl tento základní soubor rozčleněn do *dvacíti skupin*. Stratifikačním kritériem byla kolej, na které byli zákazníci ubytováni. Údaje o těchto skupinách zachycuje následující tabulka:

	Kolej	Celková kapacita	Volná lůžka ⁷⁶	Velikost souboru
1	17. listopadu	610	48	562
2	Bedřicha Václavka	689	97	592
3	Evžena Rošického	384	53	331
4	Generála Svobody	802	67	735
5	Chválkovice	210	60	150
6	J.L.Fischera	796	57	739
7	Marie Kudeřkové	77	6	71
8	Neředín I	159	22	137
9	Neředín II	202	52	150
10	Neředín III	329	34	295
11	Neředín IV	160	18	142
12	Šmeralova	662	68	594
	Celkem	5080	582	4498

Tabulka 4: Rozdělení základního souboru do skupin

Po stratifikaci základního souboru zákazníků do skupin je nutné rozhodnout o minimálním počtu dotázaných zákazníků z jednotlivých skupin. Autor nemůže využít statistické metody k určení minimální velikosti vzorku dotazovaných zákazníků, protože nemá k dispozici data z předchozích průzkumů spokojenosti zákazníků. Jak bylo popsáno v teoretické části (1.4.4), v takovém případě je možné určit minimální velikost výběrového souboru úsudkem výzkumníka. Autor tedy vycházel z procentuálního stanovení minimálního vzorku respondentů a rozhodl se získat data minimálně od 3% z celkového počtu zákazníků na jednotlivých kolejích.

⁷⁶ Stav volných lůžek k 1.3.2010.

2.2.5 Výběr vhodné metody sběru dat

Tato část výzkumu bývá zpravidla nejnáročnější na zdroje. Ke sběru dat autor zvolil metodu na zdroje nejméně nákladnou, zároveň však značně efektivní - internet.

Rozhodl se využít služeb serveru www.vyplnto.cz umožňujícího uživatelům zdarma vytvořit online dotazník. Autor vytvořil tzv. neveřejný⁷⁷ dotazník s adresou <http://kolej-up.vyplnto.cz> (dotazník v anglické jazykové mutaci mohli respondenti vyplnit na <http://eng-kolej-up.vyplnto.cz>). Sběr dat trval od 4. do 10. března 2010.

K oslovení respondentů byla použita sociální síť Facebook. Autor využil svého členství ve skupinách „*Koleje UPOL*“ (celkem 392 členů), „*Olomouc kolejs*“ (106 členů), „*Fischerky*“ (32 členů), „*VŠK E. Rošického*“ (90 členů), „*ERASMUS OLOMOUC 2009/2010*“ (154 členů), které sdružují studenty ubytované na kolejích Univerzity Palackého, a požádal správce každé z těchto skupin o zaslání hromadné zprávy všem členům skupiny. Ve zprávě je požádal o vyplnění online dotazníku. Bylo osloveno celkem 774 osob z potřebných cílových skupin. Celkově dotazník vyplnilo 260 respondentů, návratnost dotazníků činila 33,5%.

Podarilo se tak během krátké doby a s minimálními náklady na oslovení jednoho zákazníka získat data od relativně vysokého počtu zákazníků, což značně zvyšuje vypovídací schopnost průzkumu spokojenosti. Kompletní výsledky jsou pak zaneseny v příloze č. 8.

⁷⁷ Přístup k tomuto typu dotazníku mají pouze ti respondenti, kteří získají přímý [www](http://www.vyplnto.cz) odkaz na dotazník od jeho autora.

2.2.6 Vyhodnocení dat o spokojenosti zákazníků

V této kapitole budou analyzována data získaná z dotazníků spokojenosti. K jejich analýze a vyhodnocení byl použit software „*Sphinx Survey*“, který umožňuje jak elementární analýzu dat, tak i pokročilejší analytické a statistické operace.

Jak už bylo předesláno v předchozí kapitole, celkový počet dotazovaných čítal 260 studentů. Následující tabulka ukazuje rozvrstvení těchto respondentů podle toho, na jaké koleji jsou ubytováni.

Kolej		Velikost souboru	Minimální počet respondentů ⁷⁸	Výsledný počet respondentů	Podíl ze souboru
1	17. listopadu	562	17	20	3,56%
2	Bedřicha Václavka	592	18	28	4,73%
3	Evžena Rošického	331	10	34	10,27%
4	Generála Svobody	735	22	33	4,49%
5	Chválkovice	150	5	6	4,00%
6	J.L.Fischera	739	22	42	5,68%
7	Marie Kudeřikové	71	2	7	9,86%
8	Neředín I	137	4	7	5,11%
9	Neředín II	150	5	20	13,33%
10	Neředín III	295	9	12	4,07%
11	Neředín IV	142	4	4	2,82%
12	Šmeralova	594	18	47	7,91%
Celkem		4498	135	260	

Tabulka 5: Výsledný počet respondentů na jednotlivých kolejích

Z tabulky vyplývá, že minimální počet respondentů (při stanovené tříprocentní hranici) byl s výjimkou koleje Neředín IV ve všech souborech překročen. Reliabilita dat bude pro každou kolej rozdílná, nejvyšší pak u kolejí Neředín II a Evžena Rošického, u nichž vzorek respondentů tvoří více než 10% z celkového počtu na těchto kolejích ubytovaných studentů.

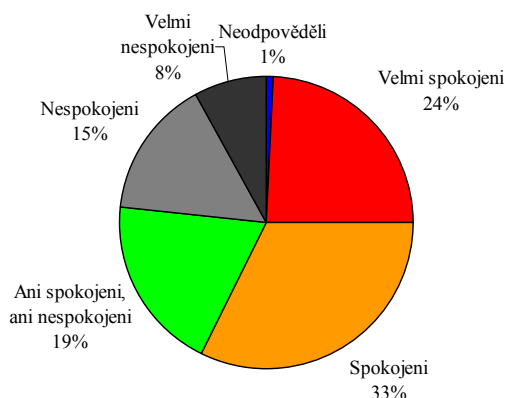
V následující analýze autor rozebere spokojenost studentů s jednotlivými faktory spokojenosti⁷⁹ a to v pořadí od nejdůležitějšího po nejméně důležitý (viz kapitola 2.2.2). Důvody spokojenosti/nespokojenosti pak autor zanalyzuje v následujících pasážích pomocí dat získaných v otevřených otázkách (otázky č. 5 a 6).

⁷⁸ Při stanovené minimální hranici 3% ze souboru, viz kapitola 2.2.4.

⁷⁹ Otázka 2 a)-k).

2.2.6.1 Internetové připojení

Kvalitní internetové připojení je pro většinu zákazníků kolejí nejdůležitějším faktorem, který ovlivňuje jejich spokojenost s ubytováním. Následující graf ukazuje celkovou spokojenost všech respondentů s internetovým připojením na kolejích.



Graf 1: Celková spokojenost s internetovým připojením

Z grafu vyplývá, že celkem 57 % respondentů je s internetovým připojením spokojeno, pouze 8 % je velmi nespokojeno. Průměrná známka, kterou studenti přidělovali tomuto faktoru, je 2,5. Zajímavější data přinese analýza spokojenosti s bydlením na jednotlivých kolejích. Data shrnuje tabulka č. 6:

Kolej	Četnost hodnocení respondentů ⁸⁰						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Chválkovice	0	4	2	0	0	0	1,33
Neředín IV	0	1	3	0	0	0	1,75
Marie Kudeřikové	0	3	2	1	1	0	2,00
Neředín I	0	4	1	1	0	1	2,00
Neředín II	0	9	6	2	2	1	2,00
J.L.Fischera	0	12	17	7	4	2	2,21
Neředín III	0	4	2	5	1	0	2,25
Evžena Rošického	1	10	12	4	5	2	2,30
Bedřicha Václavka	0	6	12	5	4	1	2,36
Generála Svobody	0	3	7	11	7	5	3,12
17. listopadu	0	0	5	9	3	3	3,20
Šmeralova	1	2	11	11	13	9	3,35

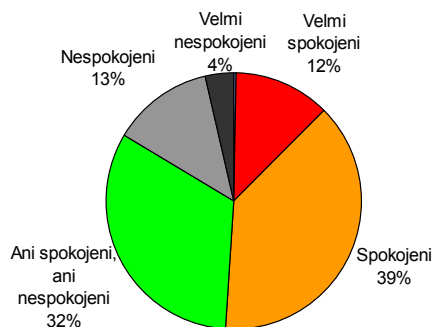
Tabulka 6: Spokojenost s internetovým připojením - jednotlivé koleje

Nejvíce si internetové připojení chválí studenti na kolejích Chválkovice a Neředín IV. Zcela odlišně to vidí studenti kolejí Generála Svobody, 17. listopadu a Šmeralova, kde se průměrná známka spokojenosti pohybuje pod 3,00.

⁸⁰ Známky odpovídají slovnímu hodnocení: 1 – velmi spokojen, 2 – spokojen, 3 – ani spokojen, ani nespokojen, 4 – nespokojen, 5 – velmi nespokojen.

2.2.6.2 Cena ubytování

Velmi důležitým faktorem, který značně ovlivňuje spokojenost zákazníků, je cena ubytování. Tu měli studenti hodnotit vzhledem ke kvalitě nabízených služeb. Průměrná známka za spokojenost s ubytováním z hlediska ceny se ukázala stejná jako u kvality internetového připojení: 2,5. Celkové výsledky shrnuje následující graf č. 2:



Graf 2: Celková spokojenost s cenou ubytování

Z grafu vyplývá, že více než polovina studentů je s cenou ubytování spokojena. Pro zvýšení vypovídací hodnoty výsledků je důležité zjistit dílčí rozdíly na úrovni jednotlivých kolejí.

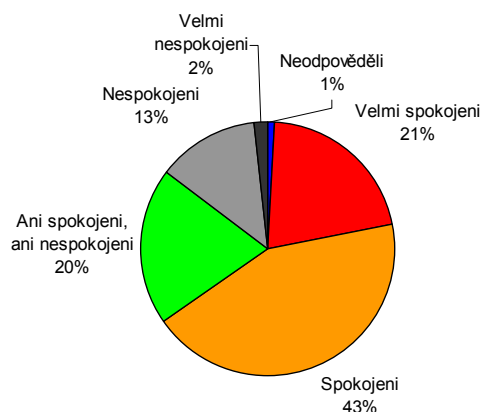
Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Neředín IV	0	1	1	2	0	0	2,25
Šmeralova	1	8	21	11	6	0	2,33
Chválkovice	0	1	3	1	1	0	2,33
Neředín II	0	3	9	7	0	1	2,35
Evžena Rošického	0	4	13	12	5	0	2,53
Bedřicha Václavka	0	5	9	8	6	0	2,54
Generála Svobody	0	5	11	12	4	1	2,55
J. L. Fischera	0	5	16	16	3	2	2,55
17. listopadu	0	0	11	7	2	0	2,55
Marie Kudeřikové	0	0	4	2	1	0	2,57
Neředín III	0	0	3	6	3	0	3,00
Neředín I	0	0	2	2	3	0	3,14

Tabulka 7: Spokojenost s cenou ubytování - jednotlivé koleje

Na jednotlivých kolejích se v rámci této podotázky příliš rozdílů neobjevilo, rozdíl mezi nejlépe a nejhůře hodnocenou kolejí je pouze 0,89. U prvních čtyř uvedených kolejí – Neředín II, IV, Chválkovice a Šmeralova – se objevuje míra spokojenosti s cenou za ubytování téměř na stejné úrovni. Nejhůře jsou hodnoceny koleje Neředín I a Neředín III. U kolejí na posledních čtyřech místech tabulky není s cenou žádný respondent spokojen. Velmi spokojen je pouze jeden jediný student z celého zkoumaného vzorku.

2.2.6.3 Materiální vybavení pokoje

Dalším hodnoceným znakem spokojenosti bylo materiální vybavení pokoje. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že více než polovina dotázaných (61 %) s ním je spokojena nebo velmi spokojena. Průměrná známka byla tentokrát 2,3.



Graf 3: Celková spokojenost s materiálním vybavením pokoje

Následující tabulka uvádí rozdíly v hodnocení materiálního vybavení pokojů na jednotlivých kolejích.

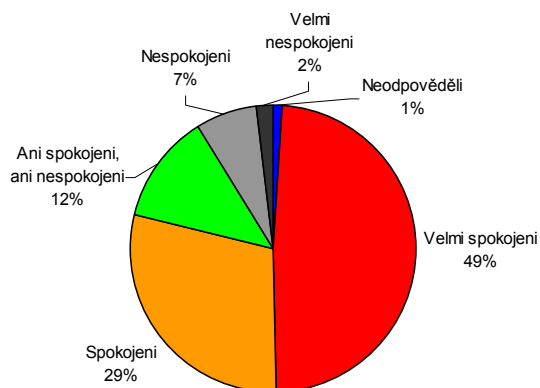
Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Neředín IV	0	2	1	1	0	0	1,75
Chválkovice	0	1	5	0	0	0	1,83
Bedřicha Václavka	0	11	9	5	2	1	2,04
Generála Svobody	0	8	16	4	5	0	2,18
17. listopadu	1	4	7	7	1	0	2,26
Evžena Rošického	1	8	15	3	7	0	2,27
J. L. Fischera	0	7	22	8	4	1	2,29
Neředín II	0	2	12	4	2	0	2,30
Šmeralova	0	9	18	12	7	1	2,43
Neředín III	0	1	6	2	2	1	2,67
Marie Kudeřikové	0	2	1	1	3	0	2,71
Neředín I	0	0	1	5	1	0	3,00

Tabulka 8: Spokojenost s materiálním vybavením pokojů - jednotlivé koleje

Z tabulky vyplývá, že na žádné koleji nejsou studenti s materiálním vybavením pokojů vyloženě nespokojeni, nejhorší průměrnou známku obdržela kolej Neředín I – celkem 3,00. Obecně lze tedy konstatovat, že úroveň spokojenosti s materiálním vybavením pokojů je dobrá.

2.2.6.4 Celodenní dostupnost koleje MHD

Celodenní dostupnost koleje byla v dotazníkovém průzkumu nejlépe hodnoceným znakem (průměrná známka 1,83). Celkové výsledky zachycuje graf č. 4.



Graf 4: Celková spokojenost s celodenní dostupností koleje MHD

Zajímavé je také srovnání hodnocení dostupnosti koleje MHD na úrovni jednotlivých kolejí.

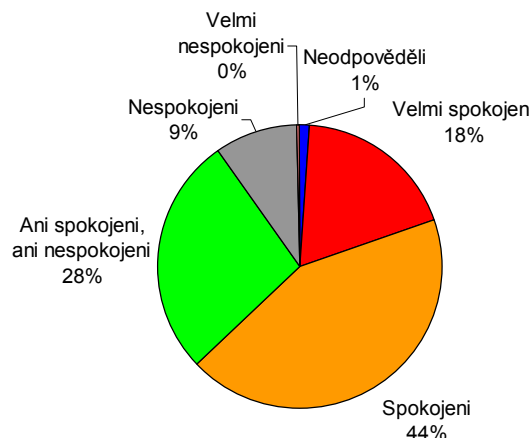
Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Šmeralova	0	31	12	4	0	0	1,43
Marie Kudeřikové	0	5	1	1	0	0	1,43
17. listopadu	0	14	5	0	0	1	1,45
J. L. Fischera	1	27	8	5	1	0	1,51
Generála Svobody	0	16	15	2	0	0	1,58
Bedřicha Václavka	0	15	10	1	2	0	1,64
Neředín IV	0	1	2	0	1	0	2,25
Neředín II	0	4	10	2	3	1	2,35
Evžena Rošického	0	11	5	11	7	0	2,41
Neředín I	1	2	1	1	1	1	2,67
Neředín III	0	0	6	3	2	1	2,83
Chválkovice	1	0	1	2	1	1	3,40

Tabulka 9: Spokojenost s dostupností koleje MHD - jednotlivé koleje

Nejlépe hodnocené jsou koleje v areálu Envelopa a koleje Marie Kudeřikové (nacházející se přímo v centru města). Naopak nejhůře hodnocené jsou koleje v areálu Neředín a Chválkovice, které jsou umístěné na předměstí Olomouce.

2.2.6.5 Vstřícné chování pracovníků SKM UP ke studentům

Tento faktor studenti ohodnotili celkovou průměrnou známkou 2,3 a z následujícího grafu, který shrnuje celkové výsledky spokojenosti s chováním pracovníků SKM UP, vyplývá, že nespokojeno je pouze 9% studentů.



Graf 5: Celková spokojenost s chováním pracovníků SKM

Podobně jako u předchozích faktorů spokojenosti autor analyzoval i názory studentů na jednotlivých kolejích.

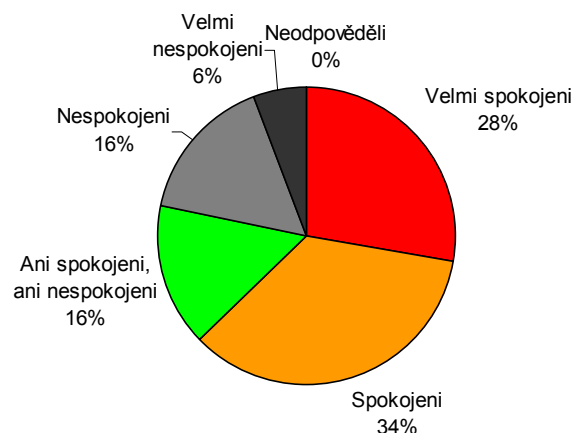
Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Neředín IV	0	2	1	1	0	0	1,75
Marie Kudeřkové	0	3	2	1	1	0	2,00
Neředín III	0	3	7	1	1	0	2,00
Evžena Rošického	1	8	16	6	3	0	2,12
J. L. Fischera	1	9	19	11	2	0	2,15
Generála Svobody	0	6	17	7	3	0	2,21
Šmeralova	1	8	25	7	5	1	2,26
Neředín I	0	1	3	3	0	0	2,29
Chválkovice	0	1	2	2	1	0	2,50
Neředín II	0	3	6	9	2	0	2,50
Bedřicha Václavka	0	2	10	12	4	0	2,64
17. listopadu	0	2	4	12	2	0	2,70

Tabulka 10: Spokojenost s chováním pracovníků SKM - jednotlivé koleje

Z tabulky č. 10 vyplývá pro SKM UP velmi pozitivní skutečnost: spokojenost s chováním personálu není na žádné koleji hodnocena záporně. Co se týče nejhůře hodnocené koleje – 17. listopadu – i tam průměrná známka nepřesáhla 3,00.

2.2.6.6 Kvalitní úklid společných prostor

Dalším analyzovaným faktorem byl úklid společných prostor na kolejích. Výsledky šetření zachycuje graf č. 6.



Graf 6: Celková spokojenost s úklidem na kolejích

Z grafu vyplynulo, že úklid společných prostor je pozitivně hodnocen u 62 % respondentů, za úklid společných prostor obdržela SKM UP průměrnou známku 2,37.

Podrobnější výsledky za jednotlivé koleje přináší tabulka č. 11:

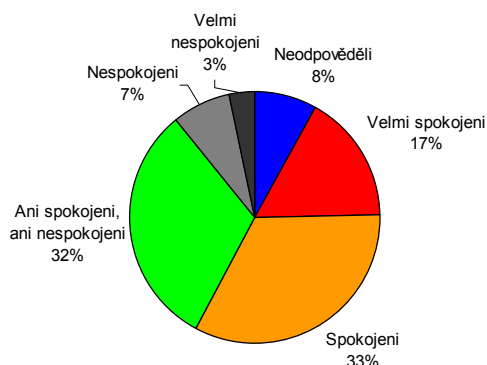
Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Marie Kudeříkové	0	5	1	0	0	1	1,71
17. listopadu	0	8	9	1	1	1	1,90
Chválkovice	0	2	3	0	1	0	2,00
Neředín I	0	3	2	1	1	0	2,00
Šmeralova	0	11	22	10	3	1	2,17
Generála Svobody	0	11	12	3	7	0	2,18
J. L. Fischera	0	13	11	7	7	4	2,48
Neředín III	0	2	5	2	3	0	2,50
Neředín IV	0	1	2	0	0	1	2,50
Evžena Rošického	0	7	10	8	7	2	2,62
Bedřicha Václavka	0	5	8	6	8	1	2,71
Neředín II	0	4	6	3	3	4	2,85

Tabulka 11: Spokojenost s úklidem společných prostor - jednotlivé koleje

V hodnocení úklidu jednotlivých kolejí se nejlépe umístila kolej Marie Kudeříkové, nejhůře naopak kolej Neředín II. Ani v tomto případě však nelze vzhledem k průměrné známce pod 3,00 mluvit přímo o nespokojenosti s úklidem, ale spíše o neutrálním stavu spokojenosti zákazníků. Zajímavý je také fakt, že na tuto otázku odpověděli všichni respondenti dotazníkového průzkumu.

2.2.6.7 Kvalita a dostupnost dalších služeb spojených s ubytováním

V tomto případě se jednalo o otázku obecnějšího charakteru, kdy nebyla specifikována konkrétní služba spojená s ubytováním, ale hodnotila se spokojenost s celkovou nabídkou a kvalitou nabízených služeb. Výsledky šetření znázorňuje graf č. 7:



Graf 7: Celková spokojenost s dalšími službami

Pouze 10 % dotázaných vyjádřilo s dalšími službami nespokojenost, 50 % dotázaných je spokojeno. Průměrnou známkou je 2,43. V tabulce č. 12 shrnul autor výsledky hodnocení za jednotlivé koleje:

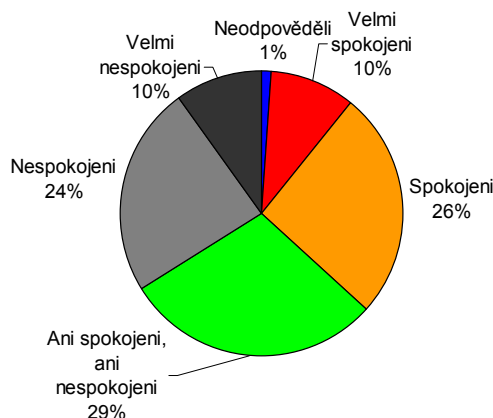
Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Marie Kudeřikové	0	2	3	2	0	0	2,00
Neředín IV	0	2	0	2	0	0	2,00
Generála Svobody	6	9	5	13	0	0	2,15
Bedřicha Václavka	4	6	9	8	1	0	2,17
J. L. Fischera	2	9	16	13	0	2	2,25
17. listopadu	1	2	9	8	0	0	2,32
Chválkovice	0	1	2	3	0	0	2,33
Šmeralova	3	5	21	10	7	1	2,50
Neředín I	2	1	2	1	0	1	2,60
Neředín III	1	1	5	3	1	1	2,64
Evžena Rošického	0	4	10	12	5	3	2,79
Neředín II	2	1	4	7	5	1	3,06

Tabulka 12: Spokojenost s dalšími službami - jednotlivé koleje

Tento faktor se pohybuje v pásmu pozitivního až neutrálního stavu spokojenosti (2,00 - 3,06). Zajímavé jsou velmi rozdílné výsledky koleje Neředín IV (1.-2. místo) a Neředín II (12. místo). Ačkoliv se jedná o koleje ve stejném areálu, dosáhly naprosto odlišného skóre. Tento fakt může být způsoben nižší reliabilitou dat z kolejí Neředín IV (pouze čtyři respondenti), nebo existují jiné příčiny, na které by se mohly zaměřit další výzkumy spokojenosti zákazníků kolejí Univerzity Palackého.

2.2.6.8 Materiální vybavení společných kuchyní

Materiální vybavení společných kuchyní bylo jedním z nejhůře hodnocených faktorů, protože získalo průměrnou známku 2,99. Míru (ne)spokojenosti respondentů zachycuje graf č. 8:



Graf 8: Celková spokojenost s materiálním vybavením kuchyní

Tabulka č. 13 dále zachycuje odpovědi studentů na jednotlivých kolejích.

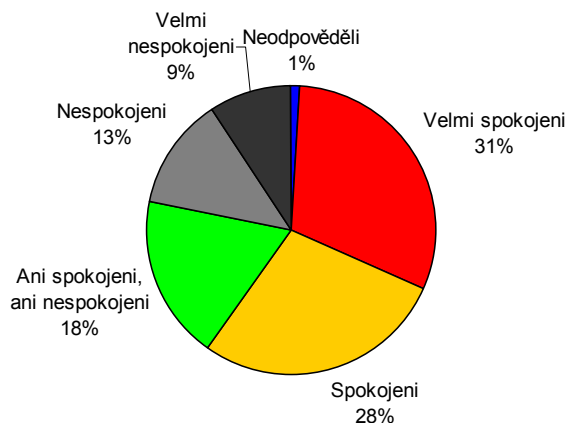
Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Marie Kudeříkové	0	2	4	0	1	0	2,00
Bedřicha Václavka	2	7	11	4	4	0	2,19
Neředín I	0	2	2	1	2	0	2,43
Chválkovice	0	0	3	2	0	1	2,83
Šmeralova	0	5	9	22	10	1	2,85
Evžena Rošického	0	3	9	15	4	3	2,85
Neředín III	1	0	5	2	3	1	3,00
17. listopadu	0	0	6	6	6	2	3,20
Generála Svobody	0	3	4	12	9	5	3,27
Neředín II	0	1	5	2	9	3	3,40
J. L. Fischera	0	1	9	11	13	8	3,43
Neředín IV	0	1	0	0	1	2	3,75

Tabulka 13: Spokojenost s materiálním vybavením kuchyní - jednotlivé koleje

Z tabulky č. 13 vyplývá, že nespokojenost s vybavením společných kuchyní převažuje nejméně na pěti kolejích (17.listopadu, Generála Svobody, Neředín II, J. L. Fischera a Neředín IV), kde průměrná známka přesáhla hodnotu 3,00.

2.2.6.9 Možnost regulace teploty pokoje

Možnost regulace teploty byl jeden z méně důležitých faktorů ovlivňujících spokojenost studentů s ubytováním.



Graf 9: Celková spokojenost s možnostmi regulace teploty

Z grafu č. 9 vyplývá, že téměř 60 % studentů možnost regulace teploty na pokoji vyhovuje, průměrná známka spokojenosti s tímto faktorem se umístila na hodnotě 2,41. Pro doplnění odlišností mezi jednotlivými kolejemi autor uvádí tabulku č. 14:

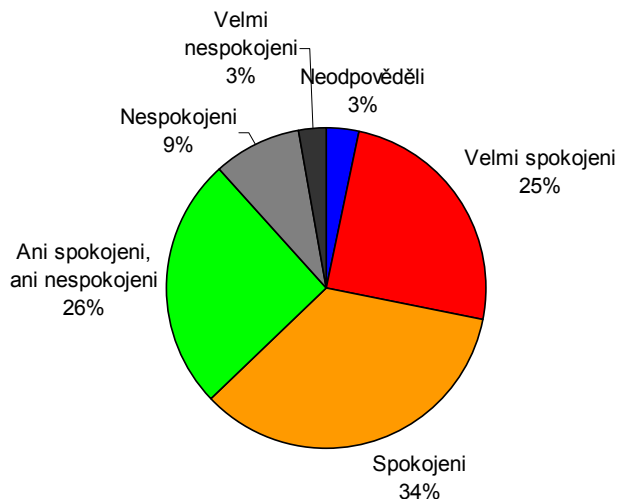
Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Neředín IV	0	3	1	0	0	0	1,25
Neředín I	0	5	1	1	0	0	1,43
Evžena Rošického	1	20	11	1	0	1	1,52
Chválkovice	0	1	4	1	0	0	2,00
Neředín II	1	9	2	6	1	1	2,11
Marie Kudeřikové	0	4	0	1	1	1	2,29
J. L. Fischera	0	15	13	5	3	6	2,33
Neředín III	0	4	4	1	2	1	2,33
Šmeralova	1	6	17	10	9	4	2,74
Generála Svobody	0	6	8	9	7	3	2,79
Bedřicha Václavka	0	6	6	7	5	4	2,82
17. listopadu	0	0	6	6	5	3	3,25

Tabulka 14: Spokojenost s možnostmi regulace teploty pokoje - jednotlivé koleje

V hodnocení se nejlépe umístila kolej Neředín IV, kterou následuje kolej Neředín I, obě dosáhly v hodnocení téměř maximální spokojenosti zákazníků. Nespokojenost zákazníků se projevila zejména na koleji 17. listopadu.

2.2.6.10 Kvalitní služby opravářů

Posledním hodnoceným faktorem jsou kvalitní služby opravářů. Průměrně obdržely služby opravářů známku 2,27. Koláčový graf demonstruje výsledné odpovědi:



Graf 10: Celková spokojenost se službami opravářů

Stejně jako v předchozích krocích analýzy přináší autor data i pro jednotlivé koleje:

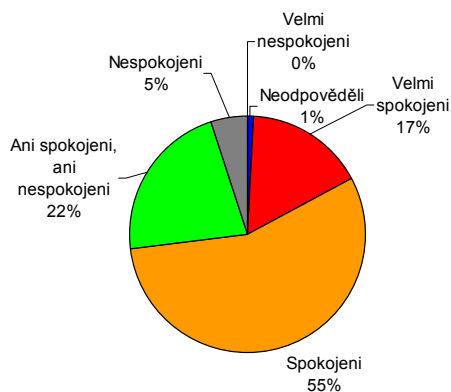
Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Chválkovice	0	3	3	0	0	0	1,50
Marie Kudeříkové	1	3	2	0	1	0	1,83
Neředín I	1	2	3	0	1	0	2,00
17. listopadu	0	7	6	6	1	0	2,05
Generála Svobody	1	9	10	11	2	0	2,19
Šmeralova	4	12	15	12	3	1	2,21
J. L. Fischera	1	10	14	13	3	1	2,29
Evžena Rošického	0	8	14	6	5	1	2,32
Bedřicha Václavka	1	4	13	7	1	2	2,41
Neředín II	0	4	9	3	2	2	2,45
Neředín IV	0	1	0	2	1	0	2,75
Neředín III	0	1	1	7	3	0	3,00

Tabulka 15: Spokojenost se službami opravářů - jednotlivé koleje

Z dat vyplývajících z tabulky č. 15 lze konstatovat, že na žádné koleji nejsou studenti se službami opravářů nespokojeni. Je zajímavé, že poslední tři příčky v hodnocení obsadily koleje areálu Neředín.

2.2.6.11 Celková spokojenost s ubytováním na kolejích

Důležitou je i otázka celkové spokojenosti respondentů s ubytováním na kolejích. Z ní se dá do určité míry předvídat i možné budoucí chování zákazníků a jejich loajalita. Výsledky zachycuje graf č. 11:



Graf 11: Celková spokojenost s ubytováním na kolejích

Z grafu č. 11 vyplývají pro vedení SKM UP následující skutečnosti:

- 1) žádný respondent neuvedl, že je s ubytováním na kolejích velmi nespokojen,
- 2) s ubytováním na kolejích jsou spokojeny téměř tři čtvrtiny dotázaných,
- 3) s ubytováním je velmi spokojeno pouze 17 % dotázaných studentů,
- 4) SKM UP může hrozit odliv až 27 % zákazníků, kteří na kolejích nejsou spokojeni, popř. je jejich spokojenost neutrální (ani spokojeni, ani nespokojeni).

Tabulka č. 16 ukazuje, na kterých kolejích jsou studenti nejspokojenější a na kterých nejméně:

Kolej	Četnost hodnocení respondentů						Průměrná spokojenost
	N	1	2	3	4	5	
Chválkovice	0	2	4	0	0	0	1,67
Marie Kudeříkové	0	3	3	1	0	0	1,71
Bedřicha Václavka	0	5	18	5	0	0	2,00
Neředín IV	0	1	2	1	0	0	2,00
Evžena Rošického	1	6	18	8	1	0	2,12
Neředín I	0	2	3	1	1	0	2,14
Neředín II	0	3	11	6	0	0	2,15
Generála Svobody	0	5	19	8	1	0	2,15
Šmeralova	1	9	24	9	4	0	2,17
17. listopadu	0	2	12	6	0	0	2,20
J. L. Fischera	0	5	24	9	4	0	2,29
Neředín III	0	0	7	3	2	0	2,58

Tabulka 16: Celková spokojenost s ubytováním - jednotlivé koleje

Z tabulky č. 16 vyplývá, že studenti jsou spokojeni na všech kolejích. Najdou se výjimky (nejčastěji z koleje Šmeralova a J. L. Fischera), ale co do průměrné známky získaly všechny koleje hodnocení do 2,58. Mezi nejlépe hodnocené koleje patří kolej Chválkovice a Marie Kudeřikové.

Zajímavé je i srovnání jednotlivých kolejí podle průměrných známek dosažených za jednotlivé znaky spokojenosti:

Kolej	Průměrná spokojenost s jednotlivými znaky spokojenosti ⁸¹										Průměrné skóre
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Marie Kudeřikové	2,00	2,57	2,71	1,43	2,00	1,71	2,00	2,00	2,29	1,83	2,05
Chválkovice	1,33	2,33	1,83	3,40	2,50	2,00	2,33	2,83	2,00	1,50	2,21
Neředín IV	1,75	2,25	1,75	2,25	1,75	2,50	2,00	3,75	1,25	2,75	2,20
Bedřicha Václavka	2,36	2,54	2,04	1,64	2,64	2,71	2,17	2,19	2,82	2,41	2,35
Neředín I	2,00	3,14	3,00	2,67	2,29	2,00	2,60	2,43	1,43	2,00	2,36
J. L. Fischera	2,21	2,55	2,29	1,51	2,15	2,48	2,25	3,43	2,33	2,29	2,35
Evžena Rošického	2,30	2,53	2,27	2,41	2,12	2,62	2,79	2,85	1,52	2,32	2,37
17. listopadu	2,20	2,55	2,26	1,45	2,70	1,90	2,32	3,20	3,25	2,05	2,39
Generála Svobody	3,12	2,55	2,18	1,58	2,21	2,18	2,15	3,27	2,79	2,19	2,42
Šmeralova	3,35	2,33	2,43	1,43	2,26	2,17	2,50	2,85	2,74	2,21	2,43
Neředín II	2,00	2,35	2,30	2,35	2,50	2,85	3,06	3,40	2,11	2,45	2,54
Neředín III	2,25	3,00	2,67	2,83	2,00	2,50	2,64	3,00	2,33	3,00	2,62
Průměrné skóre	2,5	2,5	2,3	1,83	2,3	2,37	2,43	2,99	2,41	2,27	

Tabulka 17: Shrnutí průměrných známek spokojenosti na jednotlivých kolejích

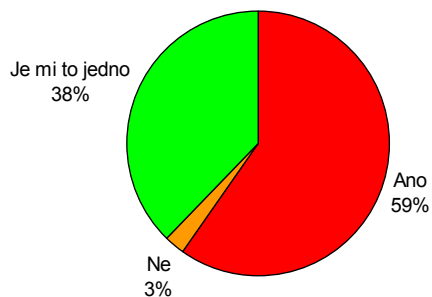
Ze souhrnné tabulky č. 17 vyplývá několik skutečností:

- studenti jsou s ubytováním na kolejích spokojeni (průměrné skóre jednotlivých kolejí se pohybuje mezi 2,02-2,62),
- mezi úrovní spokojenosti studentů na jednotlivých kolejích nejsou markantní rozdíly (rozdíl mezi nejvyšší a nejnižší průměrnou známkou je 0,57),
- nejlépe hodnoceným znakem spokojenosti (v absolutních hodnotách) je regulace teploty na koleji Neředín IV (1,25),
- nejhůře hodnoceným znakem (v absolutních hodnotách) je materiální vybavení kuchyní na koleji Neředín IV (3,75),
- nejlépe hodnoceným znakem (v průměru) je celodenní dostupnost MHD (1,83),
- nejhůře hodnoceným znakem (v průměru) je materiální vybavení kuchyní (2,99),
- pouze jeden znak spokojenosti získal lepší průměrnou známku než 2,00.

⁸¹ 1 - kvalitní internetové připojení na pokoji, 2 - cena ubytování, 3 - materiální vybavení pokoje, 4 - celodenní dostupnost koleje MHD, 5 - vstřícné chování pracovníků SKM UP ke studentům, 6 - kvalitní úklid společných prostor, 7 - kvalita a dostupnost dalších služeb spojených s ubytováním, 8 - materiální vybavení společných kuchyní, 9 - možnost regulace teploty pokoje, 10 - kvalitní služby opravářů.

2.2.6.12 Partnerské ubytování

Další otázkou (*Uvítali byste možnost partnerského ubytování na každé koleji?*) chtěl autor zjistit poptávku studentů po možnostech partnerského ubytování na každé koleji. Výsledky zachycuje graf č. 12:

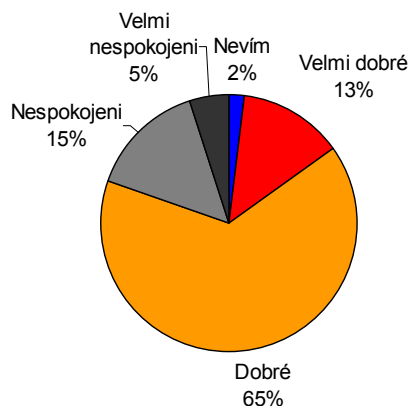


Graf 12: Partnerské ubytování

Z grafu č. 12 vyplývá, že po partnerském ubytování na každé koleji existuje mezi zákazníky značná poptávka (téměř 60 % by tuto možnost uvítalo).

2.2.6.13 Hodnocení studijních podmínek

V této otázce se studenti měli vyjádřit, zda se jim na kolejích studuje dobře, a v případě záporné odpovědi měli možnost zdůvodnit svoji odpověď.



Graf 13: Hodnocení studijních podmínek

Studijní podmínky dosáhly v globálu opět velmi dobré hodnocení, více než tři čtvrtiny dotázaných je hodnotilo jako velmi dobré nebo dobré. Pro možnosti zvýšení spokojenosti u zbývajících 20 % nespokojených zákazníků byla zařazena doplňující otázka, zkoumající důvody jejich nespokojenosti.

Ve volných odpovědích respondentů bylo možno identifikovat tři hlavní důvody jejich nespokojenosti se studijními podmínkami na kolejích:

- 1) na kolejích je příliš mnoho hluku (17. listopadu, Marie Kudeříkové, Šmeralova, Evžena Rošického, J. L. Fischera),
- 2) na kolejích je nedostatek studoven, popř. jejich kapacity nedostačují (Bedřicha Václavka, Evžena Rošického, Generála Svobody, J. L. Fischera, Neředín II),
- 3) špatné studijní podmínky způsobují spolubydlící (Šmeralova, Evžena Rošického, Generála Svobody, Neředín IV).

2.2.6.14 Volná otázka – důvody nespokojenosti

V rámci volné otázky „*Jsi s něčím na kolejích nespokojen/a? Co bys změnil/a? Co Ti na kolejích chybí (např. další služby)?*“ autor hlouběji zkoumal příčiny nespokojenosti studentů. Otázka ale sloužila i k případnému odhalení jiných znaků spokojenosti. Každá kolej je svým způsobem specifická a rozdílná. Následující analýza tak přinese shrnutí odpovědí respondentů pro jednotlivé koleje zvlášť.

17. listopadu

Na této koleji se nejčastěji objevovaly stížnosti na materiální vybavení pokoje („*Chybí umyvadlo na pokoji*“, „*Okna jsou ve špatném stavu*“, „*Lednička nejde tak, jak by měla*“...), nedostatečné vybavení kuchyní („*Chtěla bych troubu na pečení v kuchyňce*“) a přísnou kontrolu návštěv. Dále si jeden respondent stěžoval na práci uklízečky ve 4. patře („*Mou povinností není vykonávat práci uklízečky, která je naprosto neschopná*“).

Marie Kudeříkové

Neduhem kolejí Marie Kudeříkové je pro studenty zejména materiální vybavení pokojů a kuchyní („*Chybí mi zrcadlo, na patře dívek docela schází*“, „*Možná bych trochu snížila cenu nebo zmodernizovala vybavení pokoje*“, „*Uvítala bych nějaké společné nádobí*“) a dále i nestabilní internetové připojení („*WiFi internet, který věčně nejde*“). Jeden respondent projevil nespokojenost se systémem výměny prádla, který je pro studenty z koleje Marie Kudeříkové až na kolejích J. L. Fischera.

Chválkovice

Na koleji Chválkovice by studenti uvítali bufet a rozšíření nabídky večerních spojů městské hromadné dopravy („*Chválkovice – bufet*“, „*Špatné večerní spoje MHD*“).

Šmeralova

Na koleji Šmeralova si studenti stěžovali nejčastěji na nekvalitní internetové připojení (*„Připojení k internetu – na jednu stranu je zadarmo, ale výpadky jsou v tomto školním roce až neprofesionálně příliš časté“*). Připomínky byly i k absenci posilovny na kolejích (*„Chybí posilovna a další sportovní vybavení“*), dále stížnosti na materiální vybavení pokojů a kuchyní (*„Chybí nám tu pořádný nábytek, hlavně židle“*, *„trouba v kuchyni“*) a nedostatečný úklid (*„plíseň ve sprše“*).

Bedřicha Václavka

Na kolejích Bedřicha Václavka by uvítali změnu TV místnosti (*„Zútlunila bych TV místnost“*), dále by studenti podobně jako na koleji Šmeralova uvítali posilovnu (*„Nebylo by špatné, kdyby na koleji byla vybavena místnost s posilovacím zařízením.“*). Z obecných připomínek pak jeden respondent uvedl, že by chtěl mít možnost „legálně“ nechat přespát návštěvu na svém pokoji.

Evžena Rošického

Nejčastější připomínkou studentů byla absence bufetu či malého kiosku, kde by si mohli zakoupit základní potraviny a potřeby, jak je to např. na jiných kolejích (*„Dole u vrátnice by jistě každý uvítal menší bufet, podobný jako třeba v menze.“*). Dále by chtěli mít možnost používat vlastní rychlovarné konvice, protože vybavení kuchyní je nedostatečné (*„Společná kuchyň pro 60 lidí mi nevyhovuje, každý by měl mít povolenou alespoň jednu konvici na pokoji“*).

Generála Svobody

Studenti na kolejích Generála Svobody asi ve čtyřech případech kritizovali nedostatečné těsnění oken (*„Vyměnit okna, přes která profukuje“*). Dále by uvítali více dvoulůžkových pokojů, pro tři osoby je údajně na pokoji příliš málo místa (*„O možnosti volného pohybu na pokoji se nelze hovořit, je pro tři lidi příliš malý“*), a zlepšení materiálního vybavení kuchyní (*„mikrovlnka na pokoji, když kuchyňka je taková nedostatečná“*).

J. L. Fischera

Nejčastější stížnosti respondentů z koleje J. L. Fischera směřovaly k nedostatečné vybavenosti společných kuchyní (*„Trošku mi vadí vybavenost, spíš nevybavenost*

kuchyňky“). Dále by studenti uvítali možnost legálního ubytování návštěv („Chybí možnost ubytovávat návštěvy“). Další připomínky respondentů směřovaly k problému nedostatku prostoru pro osobní věci na pokojích („Jedna polička je pro člověka, který na kolejích víceméně bydlí, opravdu málo“, „miniaturní lednice, společná pro šest lidí“). Problémy mají studenti i s internetovým připojením, respektive s prací správce sítě („Správce sítě přislíbil opravu do druhého dne. Ani po třech dnech internet nešel a navíc správce nedodržoval hodiny, kdy měl být dostupný pro studenty.“)

Neředín I

Respondenty z koleje Neředín trápí nedostatečný úklid společných prostor („*plíseň v koupelně*“) a dále materiální vybavení pokoje („*Za největší problém vidím židle, které jsou vratké a člověk nikdy neví, kdy se rozsypou*“, „*Vadí mi prosklené dveře na pokojích*“). Dále by jeden respondent uvítal i společenskou místnost.

Neředín II

Na kolejích Neředín II si jeden respondent stěžoval na chování a jazykové znalosti recepčních („*Here I have met the most illiterate and rude receptionist ever in my life. It seems to me that Soviet Union has not left Czech Republic, when I see those women receptionists*“). Dále upozornil jeden respondent na problémy s přívodem vody („*Up to three times a month – no hot water or no water at all*“) a konečně poslední stížnosti směřovaly do oblasti nedostatečného vybavení kuchyní („*I miss microwaves or ovens in the kitchen*“). Za nedostatečný považují respondenti i počet přípojek na internet („*In every room should be two point connection to internet*“).

Neředín III

Respondenti kritizovali materiální vybavení kuchyní („*Na kolejích Neředín III, údajně nejluxusnější koleje spolu s N2 a N4, není v kuchyňkách žádná trouba, ani mikrovlnná*“) a nedostatek přípojek na internet („*We had to buy our own switch and now I don't need it anymore*“). Kritizována byla také dostupnost koleje v nočních hodinách.

Neředín IV

Studentům na této koleji chybí studovna („*Uvítala bych společenskou místnost/studovnu na každé budově*“) a lepší protihlukové těsnění dveří („*Dveře málo těsní a večer je všechno z buňky slyšet na pokoj*“).

2.2.7 Využívání výsledků měření spokojenosti jako vstupů pro procesy zlepšování

V předchozí kapitole byla analyzována data o spokojenosti zákazníků získaná v dotazníkovém šetření. Tato kapitola přinese na základě získaných informací návrhy a doporučení pro zvýšení spokojenosti zákazníků – studentů.

Internetové připojení

Výsledky průzkumu spokojenosti ukázaly, že nejdůležitějším znakem spokojenosti je pro respondenty kvalitní internetové připojení na pokoji. Vzhledem k průměrné dosažené známce 2,5 existuje pro zlepšování spokojenosti respondentů značný prostor. Autor práce by v této souvislosti doporučil SKM UP:

- 1) zavést novou službu (celoročního) zapůjčení switche, a to zejména na kolejích areálu Neředín, kde si studenti stěžovali na nedostatek přípojek k internetu. Tato služba by měla být fakultativní a za mírný poplatek;
- 2) odstranit časté výpadky internetu, zejména na kolejích areálu Envelopa;
- 3) rozšířit pracovní dobu správců sítě, aby byly jejich služby při potížích s internetem dostupnější.

Materiální vybavení pokoje

Globálně jsou sice studenti s materiálním vybavením pokojů spokojeni, nicméně na některých kolejích existují problémy. Autor práce proto navrhuje:

- 1) investovat do rekonstrukce oken, zejména na kolejích 17. listopadu a Generála Svobody – nejenže by se tak zvýšila spokojenost studentů, ale z dlouhodobého hlediska by SKM UP snížila díky lepšímu těsnění oken náklady na vytápění;
- 2) investovat do nákupu nových židlí na koleje Šmeralova a Neředín I;
- 3) zvážit možnost opatření dveří pokojů protihlukovým těsněním.

Celodenní dostupnost koleje MHD

Celodenní dostupnost koleje byl nejlépe hodnocený znak spokojenosti. Ve spokojenosti na jednotlivých kolejích však existují značné rozdíly. Autor by proto doporučil SKM UP pokusit se vyjednat s DPMO posílení večerních a nočních spojů ke kolejím Chválkovice a areálu Neředín.

Kvalitní úklid společných prostor

Ačkoliv byl celkově hodnocen kladně, existují případy stížností na úklid společných prostor. SKM UP by měla důsledněji kontrolovat práci uklízeček zejména na kolejích 17. listopadu, Neředín I a Šmeralova.

Kvalita a dostupnost dalších služeb spojených s ubytováním

Pro zvýšení spokojenosti studentů v oblasti dalších služeb by autor doporučil následující:

- 1) na kolejích Chválkovice a Evžena Rošického rozšířit služby recepce o bufet s nabídkou základních potravin a dalších potřeb (podobně jako např. na recepci Šmeralova nebo Neředín II),
- 2) na jedné z kolejí v areálu Envelopa zřídit posilovnu (podobně jako např. na koleji Neředín II),
- 3) alespoň na jedné z kolejí v areálu Neředín zřídit společenskou místnost nebo studovnu.

Ke zvážení Správě kolejí a menz autor ponechává možnost legálního přespávání návštěv na kolejích za mírný poplatek.

Materiální vybavení společných kuchyní

Z hlediska váhy se sice nejedná o významný znak spokojenosti, nicméně fakt, že v dotazníkovém průzkumu byl znakem nejhůře hodnoceným, evokuje nutnost změny. Autor by proto SKM UP doporučil zaměřit se zejména na nejhůře hodnocené koleje 17. listopadu, Generála Svobody, Neředín II, J. L. Fischera a Neředín IV, a podle potřeby rozšířit materiální vybavení na kuchyňkách o více varných konvic, mikrovlnnou troubu, popř. základní nádobí.

Partnerské ubytování

Dotazníkový průzkum taktéž ukázal, že existuje značná poptávka po možnosti partnerského ubytování. Dosud je možné partnerské ubytování pouze na koleji Neředín III, ačkoliv dvoulůžkové pokoje se nacházejí na všech kolejích (s výjimkou Evžena Rošického a Neředín I). Dalším doporučením autora práce je proto rozšíření nabídky partnerského ubytování i na tyto další koleje.

Závěr

Předložená bakalářská práce si vytyčila za cíl realizaci průzkumu spokojenosti studentů s ubytováním na kolejích Univerzity Palackého. V teoretické části autor definoval koncept spokojenosti zákazníka a teoreticky ho zařadil do kontextu managementu jakosti. Dále teoreticky popsal doporučený postup měření spokojenosti zákazníků. V praktické části pak byly popsány ubytovací služby poskytované Správou kolejí a menz a byly aplikovány jednotlivé doporučené kroky procesu měření spokojenosti zákazníků. Průzkumu se zúčastnilo 260 respondentů ze všech dvanácti kolejí Univerzity Palackého, průzkum má tedy značnou vypovídací hodnotu.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo několik skutečností. Mezi nejdůležitější faktory, které ovlivňují spokojenost studentů s ubytováním na kolejích, patří zejména kvalitní internetové připojení na pokoji a dále cena ubytování. Tři čtvrtiny dotázaných studentů je s ubytováním na kolejích spokojeno. I přes tento relativně dobrý výsledek existuje značný prostor pro zvyšování spokojenosti zákazníků. SKM UP by se měla zaměřit zejména na ty koleje, u nichž dotazníkový průzkum odhalil určité problémy. Mezi tři nejlépe hodnocené patří koleje Chválkovice, Marie Kudeřkové a Bedřicha Václavka. Naopak nejhůře hodnoceny byly koleje 17. listopadu, J. L. Fischera a Neředín III. Nejlépe hodnocená je dostupnost většiny kolejí městskou hromadnou dopravou. Problémy existují zejména v oblasti materiálního vybavení kuchyní, které bylo nejhůře hodnoceným znakem spokojenosti.

Pro zvýšení spokojenosti zákazníků autor navrhnul opatření, která doporučuje Správě kolejí a menz realizovat. Autor věří, že tato bakalářská práce poskytne Správě kolejí a menz dobrou zpětnou vazbu ke službám, které studentům poskytuje, a bude inspirací pro nastartování procesů změn, které by vedly k vyšší spokojenosti studentů. Podle názoru autora není možné spoléhat se na výsadní postavení kolejí při poskytování ubytovacích služeb studentům, protože existuje značné množství substitučních služeb, které mohou studenti zvolit jako alternativu k ubytování na kolejích. Spokojenost studentů s ubytováním je důležitým kapitálem, který by vedení Správy kolejí a menz Univerzity Palackého nemělo podceňovat. Pravidelná realizace podobných průzkumů spokojenosti v budoucnosti by se pro SKM UP měla stát běžnou praxí.

Resumé

Le but de ce mémoire, c'est tout d'abord un mesurage de satisfaction des étudiants, qui habitent le foyer d'étudiants d'Université Palacký et puis des propositions pour l'amélioration.

La partie théorique décrit des notions de base de management de la qualité dans le domaine des services, puis caractérise le secteur de service de logement, enfin l'auteur analyse le processus d'un mesurage de satisfaction. Ce processus est appliqué dans la partie pratique de mémoire. Tout d'abord l'auteur a mené une discussion avec certains étudiants pour déterminer les facteurs, qui influencent leur satisfaction. Puis il a distribué un questionnaire afin de déterminer l'importance de facteurs, qu'on avait précisé dans le stade précédent. Finalement, on a distribué les questionnaires de satisfaction basés sur les informations, qu'on avait obtenu auparavant.

Selon l'analyse de réponses, on peut constater, que le niveau global de satisfaction est bon, $\frac{3}{4}$ des personnes interrogés sont satisfaits. Un facteur le plus important, qui influence la satisfaction des étudiants, c'est une connexion Internet de très haute qualité. Le facteur le plus apprécié est l'accessibilité de la plupart des foyers d'étudiants par le transport public. Le facteur le moins apprécié est l'équipement de cuisines communes. Sur la base de l'analyse, l'auteur a suggéré quelques proposition pour Sprava koleji a menz pour améliorer une satisfaction des clients.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Principy systémů managementu jakosti (QMS)	11
Tabulka 2: Charakteristika respondentů – focus groups.....	32
Tabulka 3: Znaky spokojenosti podle závažnosti	33
Tabulka 4: Rozdělení základního souboru do skupin	36
Tabulka 5: Výsledný počet respondentů na jednotlivých kolejích	38
Tabulka 6: Spokojenost s internetovým připojením - jednotlivé koleje.....	39
Tabulka 7: Spokojenost s cenou ubytování - jednotlivé koleje	40
Tabulka 8: Spokojenost s materiálním vybavením pokojů - jednotlivé koleje.....	41
Tabulka 9: Spokojenost s dostupností koleje MHD - jednotlivé koleje	42
Tabulka 10: Spokojenost s chováním pracovníků SKM - jednotlivé koleje	43
Tabulka 11: Spokojenost s úklidem společných prostor - jednotlivé koleje	44
Tabulka 12: Spokojenost s dalšími službami - jednotlivé koleje.....	45
Tabulka 13: Spokojenost s materiálním vybavením kuchyní - jednotlivé koleje.....	46
Tabulka 14: Spokojenost s možnostmi regulace teploty pokoje - jednotlivé koleje	47
Tabulka 15: Spokojenost se službami opravářů - jednotlivé koleje	48
Tabulka 16: Celková spokojenost s ubytováním - jednotlivé koleje	49
Tabulka 17: Shrnutí průměrných známek spokojenosti na jednotlivých kolejích.....	50

Seznam grafů

Graf 1: Celková spokojenost s internetovým připojením	39
Graf 2: Celková spokojenost s cenou ubytování	40
Graf 3: Celková spokojenost s materiálním vybavením pokoje	41
Graf 4: Celková spokojenost s celodenní dostupností koleje MHD	42
Graf 5: Celková spokojenost s chováním pracovníků SKM.....	43
Graf 6: Celková spokojenost s úklidem na kolejích	44
Graf 7: Celková spokojenost s dalšími službami	45
Graf 8: Celková spokojenost s materiálním vybavením kuchyní	46
Graf 9: Celková spokojenost s možnostmi regulace teploty.....	47
Graf 10: Celková spokojenost se službami opravářů.....	48
Graf 11: Celková spokojenost s ubytováním na kolejích	49
Graf 12: Partnerské ubytování	51
Graf 13: Hodnocení studijních podmínek.....	51

Seznam příloh

Příloha č. 1 – Ubytovací kapacita a její využití

Příloha č. 2 – Aktuální ceník ubytování na kolejích

Příloha č. 3 – Mapa ubytovacích objektů Správy kolejí a menz

Příloha č. 4 – Ohnisková diskuze

Příloha č. 5 – Dotazník - závažnost znaků spokojenosti

Příloha č. 6 – Odpovědi respondentů – závažnost znaků spokojenosti

Příloha č. 7 – Dotazník spokojenosti

Příloha č. 8 – Odpovědi respondentů – dotazník spokojenosti

Seznam zkratk

DPMO	Dopravní podnik města Olomouce
EFQM	European Foundation for Quality Management
EU	Evropská Unie
ISO	International Organisation for Standardisation
MHD	Městská hromadná doprava
QMS	Quality Management Systems
SKM UP	Správa kolejí a menz Univerzity Palackého
TQM	Total Quality Management
UP, UPOL	Univerzita Palackého v Olomouci

Anotace

Jméno a příjmení:	Vít Šťastný
Katedra, fakulta:	Katedra aplikované ekonomie, Filozofická fakulta
Název práce:	Průzkum spokojenosti studentů se službami Správy kolejí a menz Univerzity Palackého
Vedoucí práce:	Doc. Ing. Jaromír Novák, Ph.D.
Počet znaků:	82 736
Počet příloh:	8 příloh
Počet titulů použité literatury:	23
Klíčová slova:	Spokojenost, měření, EFQM, ISO, zákazníci, management jakosti, kvalita, služby, koleje, Správa kolejí a menz, ubytování
Charakteristika diplomové práce:	Cílem bakalářské práce je realizace měření spokojenosti zákazníků kolejí Univerzity Palackého a následné návrhy na zlepšení. V teoretické části se autor zabýval vymezením základních pojmů managementu kvality služeb, charakterizoval ubytovací služby a jejich právní rámec, dále analyzoval postup měření spokojenosti zákazníků s kvalitou poskytovaných služeb. Tento postup autor dále aplikoval v empirické části. Na základě analýzy spokojenosti studentů pak navrhnul možná opatření ke zvýšení spokojenosti studentů s ubytováním na kolejích Univerzity Palackého.

Prameny a použitá literatura

BERÁNEK, Jaromír. Provozujeme pohostinství a ubytování. Havlíčkův Brod : MAG Consulting, 2004. 180 s. ISBN 80-86724-02-6.

COCHRAN, Craig. Customer satisfaction: tools, techniques, and formulas for success. Chico : Paton Professional, 2003. 93 s. ISBN 978-0-9713231-4-8.

ČERTÍK, Miroslav, et al. Cestovní ruch : vývoj, organizace a řízení. 1. vyd. Praha : OFF, 2001. 352 s. ISBN 8023862758.

FORET, Miroslav, STÁVKOVÁ, Jana. Marketingový výzkum : jak poznávat své zákazníky. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003, 159 str. ISBN 8024703858.

GFK PRAHA A INCOMA CONSULT kolektiv autorů. Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků – od teorie k praxi. 1. vyd. Praha : Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004, 150 s. ISBN 80-02-01686-6.

HILL, Nigel, SELF, Bill, ROCHE, Greg. Customer satisfaction measurement for ISO 9000:2000t for ISO 9000:2000. [s.l.] : Butterworth Heinemann, 2002. 148 s. ISBN 0750655135.

JANEČEK, Zdeněk. Management jakosti. 1. vyd. Plzeň : :Vydavatelství Západočeské univerzity, 1997. 143 s. ISBN 8070823364.

KOTLER, Phillip. Marketing management. 2. vyd. Praha : Victoria Publishing, 1991. 789 s. ISBN 80-85605-08-2.

KOZEL, Roman, et al. Moderní marketingový výzkum. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2006. 277 str. ISBN 802470966.

MÜLLER, Hansruedi. Qualitätsorientiertes Tourismus-Management. Bern : [s.n.], 2000. 257 s. ISBN 3258062439.

NENADÁL, Jaroslav. Měření v systémech managementu jakosti. 1. vyd. Praha : Management Press, 2001. 310 s. ISBN 80-7261-054-6.

NENADÁL, Jaroslav, et al. Modely měření a zlepšování spokojenosti zákazníků. 1. vyd. Praha : Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2004. 99 s. ISBN 80-02-01672-6.

O'NEILL, Martin. Measuring Service Quality and Customer Satisfaction. In KANDAMPULLY, Jay, MOK, Connie, SPARKS, Beverly. Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure. New York : The Haworth Hospitality Press, 2001. 339 str. ISBN 0789011417.

PŮČEK, Milan, et al. Měření spokojenosti v organizacích veřejné správy – soubor příkladů. 1. vyd. Praha : Tiskárna Ministerstva vnitra, 2005, 104 str. ISBN 80-239-6154-3.

ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila, et al. Meranie spokojnosti zákazníka z pohľadu manažérstva kvality a marketingu. 1. vyd. Trnava : Tripsoft, 2006. 214 s. ISBN 80-96939-6-8.

VÁGNER, Ivan. Strategie rozvoje ubytovacích a stravovacích služieb v rámci univerzity. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita, 1997. 134 s. ISBN 80-210-1566-7.

VAVRA, Terry. Improving Your Measurement of Customer Satisfaction. [s.l.] : American Society for Quality, 1997. 490 s. ISBN 0-87389-405-7.

Elektronické zdroje

Koleje a ubytovny. PROJECT & PROPERTY. 2006, Zima, s. 38-43. Dostupný z WWW: <http://www.centers.cz/PROJECT%20PROPERTY%20ARCHIVE/2006/zima/38_43_ubytovny.pdf>.

Řád vysokoškolské koleje : Univerzity Palackého v Olomouci. Olomouc : Správa kolejí a menz, 24.4.2006 vzpp. 13 s. Dostupné z WWW: <<http://skm.upol.cz/document/download/HNB1-06-2.pdf>>.

Správa kolejí a menz Univerzity Palackého [online]. 2001-2010 [cit. 2010-03-19]. Dostupné z WWW: <<http://skm.upol.cz/>>.

Systém managementu jakosti [online]. 2004 [cit. 2010-01-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/kvalita-jakost/system-managementu-jakosti/1000513/16924/#b0>>.

The Importance of Measurements [online]. 2007 [cit. 2010-01-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.webperformancematters.com/journal/2007/5/7/the-importance-of-measurements.html>>.

ZELENÝ, Milan. Kvalita není jakost [online]. 2006 [cit. 2010-01-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.risk-management.cz/index.php?clanek=32&cat2=3&lang=>>>.

Příloha č. 1 – Ubytovací kapacita a její využití

	Kolej	Celková kapacita	Jedno-lůžkové pokoje	Dvou-lůžkové pokoje	Tří-lůžkové pokoje	Čtyř-lůžkové pokoje	Volná lůžka¹
1	17. listopadu	610	0	5	200	0	48
2	Bedřicha Václavka	689	1	86	172	0	97
3	Evžena Rošického	384	0	0	128	0	53
4	Generála Svobody	802	0	20	254	0	67
5	Chválkovice	210	0	42	42	0	60
6	J.L.Fischera	796	0	20	252	0	57
7	Marie Kudeříkové	77	0	18	7	5	6
8	Neředín I	159	0	0	53	0	22
9	Neředín II	202	60	71	0	0	52
10	Neředín III	329	107	111	0	0	34
11	Neředín IV	160	50	55	0	0	18
12	Šmeralova	662	0	3	8	158	68
	Celkem	5080	218	431	1116	163	582

Zdroj dat použitých v tabulce: http://skm.upol.cz/index.php?page=accomodation_

¹ Stav k 1.3.2010.

Příloha č. 2 – Aktuální ceník ubytování na kolejích



UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI
SPRÁVA KOLEJÍ A MENZ
CENÍK POPLATKŮ ZA UBYTOVÁNÍ STUDENTŮ
(HLAVNÍ ČINNOST, CENY VČETNĚ DPH)

Kategorie ubytování:

č.j. 39 / 2009

- bakalářský, magisterský a doktorský studijní program v prezenční formě, vzdělávací programy v rámci EU, CEEPUS, všechny dlouhodobé výměnné programy UP a studijní pobyty zahraničních studentů (např. ACM, Muzikologie, Nebraska aj.)
- specifické ubytování dle Řádu VŠ koleje – dlouhodobé ubytování (min. 1 měsíc) – ubytování studijních pobytů zahraničních studentů, studentů distančního a kombinovaného studia nebo doktorského studijního programu a ostatních studentů (min. 1 měsíc)

S platností od 1.7.2009 stanovují denní poplatky za ubytování studentů (kolejné) ve vysokoškolských kolejích Univerzity Palackého v Olomouci takto:

BUŇKOVÝ SYSTÉM

SPOL. SOC. ZAŘÍZENÍ

typ: 3 lůžkový pokoj v buňkovém systému, internet
kolej *cena za 1 lůžko / den*

gen.Svobody blok A,B	70 Kč
J.L.Fischera blok A,B	70 Kč
B.Václavka blok A,C	70 Kč
E.Rošíckého	70 Kč
Neředín I.	70 Kč
Chválkovice	70 Kč

typ: 4 lůžkový pokoj se spol. soc. zařízením, internet
kolej *cena za 1 lůžko / den*

Šmeralova	60 Kč
M. Kudeřkové	60 Kč

typ: 2 lůžkový pokoj v buňkovém systému, internet
kolej *cena za 1 lůžko / den*

gen.Svobody blok A,B	77 Kč
J.L.Fischera blok A,B	77 Kč
B.Václavka blok A,C	77 Kč
Neředín II,III,IV	77 Kč
Chválkovice	77 Kč

typ: 3 lůžkový pokoj se spol. soc. zařízením, internet
kolej *cena za 1 lůžko / den*

17. listopadu	68 Kč
Šmeralova	68 Kč
gen.Svobody blok B	68 Kč
M. Kudeřkové	68 Kč

typ: 1 lůžkový pokoj v buňkovém systému, internet
kolej *cena za 1 lůžko / den*

B.Václavka blok A,C	96 Kč
Neředín II,III,IV	96 Kč

typ: 2 lůžkový pokoj se spol. soc. zařízením, internet
kolej *cena za 1 lůžko / den*

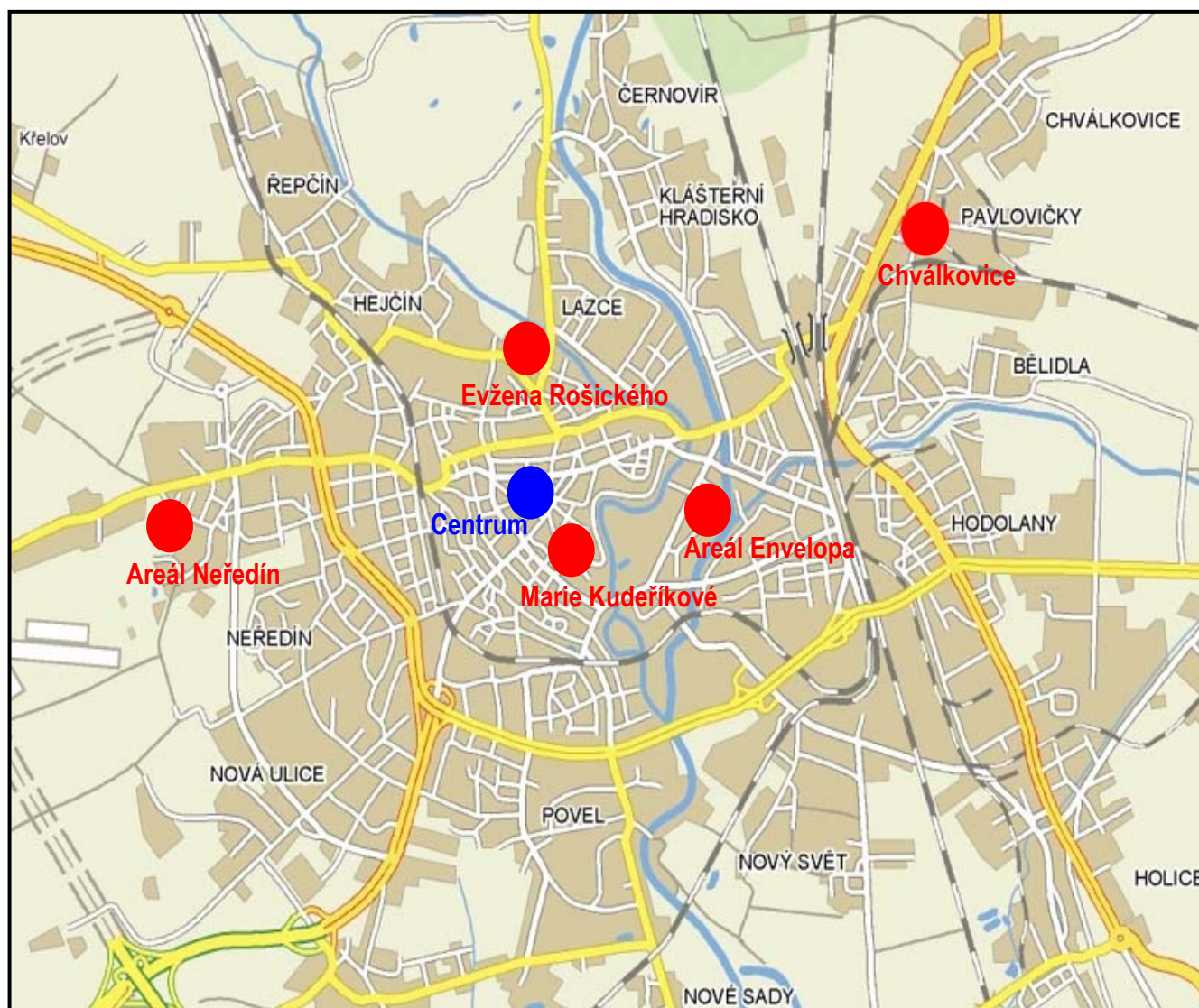
17. listopadu	73 Kč
Šmeralova	73 Kč
gen.Svobody blok A,B	73 Kč
M. Kudeřkové	73 Kč

Poznámky: Ceník nezahrnuje poplatky za přihlášené el.spotřebiče. Pozdní úhrady kolejného budou penalizovány v souladu s podmínkami Ubytovací smlouvy. Tímto se ruší platnost předchozího ceníku ze dne 6.8.2008 (platného od 1.9.2008).

V Olomouci dne 18.března 2009

prof. RNDr. Lubomír Dvořák, CSc.
rektor UP

Příloha č. 3 – Mapa ubytovacích objektů Správy kolejí a menz



Zdroj: autor, www.mapy.cz

Příloha č. 4 – Ohnisková diskuze

Diskutované okruhy

1. *Co všechno je pro Tebe důležité, abys byl/a spokojen/a s ubytováním na kolejích?*
2. *Co považuješ za důležité, aby se Ti na koleji dobře učilo?*
3. *Co považuješ za důležité, aby ses na koleji cítil/a dobře?*
4. *Proč sis vybral/a ubytování na kolejích?*
5. *Proč sis vybral/a ubytování zrovna na těchto kolejích?*
6. *Je ještě něco, co očekáváš od „kolejního života“?*
7. *Co ti na kolejích chybí?*

Doslovná transkripce audiozáznamu – focus groups

Výzkumník (dále jen V:): Jenom tak na úvod: Jak se cítíte být spokojení s ubytováním? A co všechno považujete za důležité, abyste byli spokojeni?

B: Já jsem nad tím přemýšlel a pro mě je teda hodně důležitá cena, aby to nebylo předražené vzhledem k té kvalitě. Pro mě je i hodně důležitá pračka. Protože jsem uvažoval, že když půjdu na privát, tak mi řekli, že tam není pračka.

C: Pro mě je důležité čisté povlečení, které už bude tady.

A: Pro mě rozhodně internet.

B: Bez povlečení bych se obešel, bo bych si přivezl svoje a vypral, hlavně abych měl v čem vyprat. Pro mě je katastrofa, když jsou nedostupné pračky.

A: Měla by být na patře nebo na buňce.

B: Nejsme jak v Americe, že bysme tu měli pouliční prádelny.

C: No kromě té pračky aji kolo, nemyslíš?

B: Kolárna je taky důležitá no.

A: My si to kolo můžeme dát aspoň na balkón.

C: Vy jo, ale my ne.

V: A balkón vám nechybí?

B: Ne.

C: Ne, ne.

V: A jak jste třeba spokojení s tím osvětlením?

B: Jo osvětlení bzučelo, ale my jsme rozmontovali a teď už nebzučí.

C: No u mě v pořádku, ale ten pokoj je fakt malý, ale když jsem tam po většinu času sama, tak je to akorát. Mám tři spolubydlící, no a když tam jsme všichni, tak je to dost záhul.

B: Mně by to nevadilo. Já jsem byl na intru aji se 6 lidma na pokoji, 3 to je pro mě málo.

C: Zaleží, jací lidi tam jsou. My se tam celkem dost ignorujeme.

A: To já jsem takhle měla taky.

B: Bydlel sem dohromady v životě asi s 30 lidma a nikdy jsem nenarazil na takové lidi, se kterýma by se nedalo bydlet. Jo a tak mě ještě napadlo, že se mi moc líbí, když tady uklízí. Jirka je dobrý uklízeč, ale nelíbí se mi to jeho chování, ale vždycky je krásně uklizeno.

C: S tou uklízečkou občas i pokecám.

A: Na Neředíně umývají sprchy jen jednou za týden...

V: A jak jste spokojeni celkově s chováním personálu?

B: Jo, je to v pohodě, ale nemusil by na chodbě Jirka oxidovat tak dlouho. V 6 přijde a ve 3 odpoledne odejde.

V: Proč jste si vybrali koleje, na kterých jste?

B: Protože jsem si myslel, že s tebou budu bydlet na pokoji. Načež hned nato jsi ty koleje opustil.

V: To byl jediný důvod? A neuvažuješ o tom, že změníš koleje?

B: Už jsem zvyklý a je tady vše, co potřebuji.

C: No u mě je to hlavně kvůli ceně. Moc jsem nehledala a náhodně jsem si vybrala a Šmeralky. Šmeralky byly nejlevnější.

B: Byl jsem chvíli na Václavkách, ale moc se mi tam nelíbilo, ale zvykl sem si tam a nechtělo se mi vracet na Sedmnáctky.

V: Lucko, kdybys porovнала tyhle koleje s těmi předchozími?

A: Na těch předchozích kolejích jsem bydlela, protože jsme s kamarádkou sháněly společný dvoulůžák a pak už se mi je nechtělo opouštět. Na Neředíně jsem proto, že jsem se rozhodla bydlet s tebou, a jinde to nebylo možné. Ale kdyby byly partnerské pokoje i na Sedmnáctkách, tak tam určitě zůstanem – i kvůli ceně, i kvůli vzdálenosti. Ale aspoň že tady je menza a tělocvična.

B: Na Václavkách je jóga.

A: Jo, ale ne třeba nějaké výrazové tance a tak.

C: Já jsem tam chodila na karate.

A: Je aji luxus, že je tady hned posilka, ujdu dvacet metrů a sem tam.

C: My zas máme menzu hned na kolejích.

B: Jít v papučích do menzy, to je luxus.

A: Navíc, když to nedojíš, tak si jídlo můžeš v klidu přenést na pokoj.

V: A jak se vám učí na těch kolejích? Jste spokojeni s klidem a dodržováním řádu?

C: No ve vedlejším pokoji mají vodní dýmku často a už jsem alergická na to bublání.

A: Na sedmnáctkách se mi učilo hůř. Tam to bylo většinou hlučný, vzhledem k tomu, že se potřebuju učit opravdu neustále, tak oceňuju, že je tady úplný ticho. Občas tady běhají Malajky a hlasitě se spolu baví, ale to se člověk zasměje tomu jejich jazyku, ale není to tak, že by to člověka rušilo.

C: Na Šmeralkách je teda úplný bordel.

B: Já to řeším třeba tak, že jdu do sklepa, tam je sušárna a tam je klid.

V: A využíváte i tu TV místnost?

C: Jednou v životě jsem tam byla.

A: Nebo hudebny ještě.

B: Tam se občas taky chodím učit, ale hrát ne.

V: Je něco co byste na kolejích změnili?

A: Já bych přidala 2 plotýnky, troubu, pračku a skříň. Než bych došla do té místnosti s pračkama, tak ztratím tak 2 hodiny, to už mám jako větší chuť to vyprat v ruce, to by bylo rychlejší. Navíc tady není mikrovlnka, takže spoustu jednoduchých jídel si člověk nemůže ani ohřát.

V: Takže byste zlepšili vybavení těch kuchyní?

A: Rozhodně, když se to srovná s privátem, je to tady chabý.

C: Počkej, to jako že bysme mohli změnit cokoli? Nebo jak byla ta otázka?

V: To je otázka, kdybyste mohli změnit všechno, takže třeba i tu troubu.

C: Že bych nedávala tolik lidí na pokoj.

V: Ne tolik lidí?

C: Tři maximálně.

A: Nějaký dvojáky by to chtělo.

V: No možná i pro partnery nějaké dvojáky.

A: Já jsem v prváku bydlela na dvojáku a bylo to úplně luxusní.

B: Já jsem na intru bydlel na dvojáku a byl to úplně kopr, protože můj spolubydlící se mnou přestal komunikovat a já sem nevěděl proč, když jsou 3 tak se můžeš bavit s tím třetím.

V: Horší je, když se s tebou přestanou bavit i ti další dva.

B: Dva, to je blbé, ale to se mi ještě nikdy nestalo.

A: No, my jsme měli holky, které byly v pohodě, ale 4 si nedokážu představit.

B: Čtyři, to je ideální, protože aspoň dva se s tebou budou bavit.

A: No, to není zas tak ideální, protože se potřebuju učit.

B: No, tak když se dva spojí proti jednomu, tak ten třetí je v Když máš čtyři, tak je to dycky dva na dva a můžou si spolu aji povídat.

A: Co byla ještě ta druhá otázka?

V: Kdybys mohla cokoli změnit, co by to bylo, nebo co byste tady ještě uvítali jako další služby? Já sem doteď nevěděl, že tu je posilovna, a pak sem to teprve zjistil, až později.

B: Luxusní posilovna by se hodila na Sedmnáctkách.

A: Ale třeba služby ASC ovlivňují výběr koleji, protože dole to jede dycky a na Neředíně se to ruší. A dále třeba doprava, tady si musíš koupit šalinkartu.

V: Že to je vzdálené moc...

A: Prodraží se to, je to vzdálený a v noci nejedí spoje.

C: A taky že na Šmeralky můžu propašovat kohokoliv.

V: No jako ty kontroly myslíš?

C: To mi říkala kámoška z Bratislavy, že musí ukazovat kolejku.

B: Jako u nás.

C: To když tam chtěla propašovat přítele, tak musela vyrobit falešnou kolejku.

A: U nás se to propašovávalo oknami.

B: U kluků to nejde, protože kolejbába a kolejdědek všechny znají, takže kdyby se zfalšovala kolejka, tak to hned poznají.

A: Právě, to by museli těma oknami.

B: A protože bydlím v prvním patře, tak chodí furt někdo před našima oknami.

V: Mě třeba zase někdy štve, že to topení v zimě je takové horší.

A: Jo, že si topěj, jak chtěj, a že je úplně na nic to ovládání.

V: To dáš na pětku, je to úplně studené a až za tři hodiny je to úplně rozpálené.

B: To mi připomíná, že za oknami máme také špary, že tam můžeš strčit malíček, a jak byly ty mrazy, tak jsem musel dávat plachtu přes celé okno, abysme tam neumrzli.

V: Ale jinak jste spokojeni.

B: To je jenom taková „malá věc“, to nám ani nevadí.

V: V létě to aspoň krásně větrá.

B: Normálně ještě i ty ventilačky otvíráme na noc.

V: A co skříně třeba?

A: No, já nejsem spokojená, já bych chtěla ještě jednu skřín.

V: Málo toho je?

A: Aspoň malou.

B: Kdybych bydlel na Václavkách, tak bych nadával jak sviňa, tam sem si fakt ty věci fakt neměl kam dát, ale na Sedmnáctkách v pohodě.

A: Na Václavkách je to jako tady, že mají jednu skříň na chodbě a pak poličky.
B: A vy nemáte úložný prostor v posteli?
A: Jenom jeden, no právě.
B: Já mám jednu úplně totálně narvanou postel a na Václavkách to nešlo, tak mi ty věci přebývaly.
A: Já jsem to právě taky dycky měla takhle dole.
V: Jaké máte zkušenosti s těmi opraváři?
B: Špatné...
C: Ještě sem nic nepotřebovala opravit, kromě jednoho zámku, jsem se dobývala asi půlhodinu, ale pak šel kolem, tak mi to hned opravil, takže mám dobrou zkušenost a žárovky si měníme sami.
B: Jako já když sem přišel na pokoj, tak byla díra ve zdi, rozbitá lampička, opravář sice zadělal jednu díru ve zdi, ale druhou tam nechal a tu sem pak musel přelepit plakátem a lampičku vyměnil akorát za jinou, no a druhá lampička se taky pokazila a tu sem si musel opravit sám, protože když jsem to napsal do knihy, tak měsíc nic. A když nám bzučel startér, tak místo aby ho opravil, vyměnil jednu dobrou zářivku za jinou dobrou, takže neudělal vlastně vůbec nic a světlo bzučelo furt.
A: To my jsme tady měli prasklý prkna v postelích.
B: Což mi připomíná, moji spolubydlící mají hrozné postele.
V: Takže vybavení těch pokojů je špatné.
A: No, to my taky, ty tu matracu a polštáře, to nejsou péra, ale takový ty podlouhlý pruty v těch matracích, to tě pak všude píchá.
C: My máme v pohodě matraci na Šmeralkách.
B: To kdybyste viděli na Václavkách, tam matrace mají výborné, normálně fakt s nějakým tím pěnovým jádrem, ortopedické...
A: Oni tam nakupovali nové vybavení.
V: Ještě se zeptám na vaši komunikaci s SKM. Jaké máte zkušenosti s tou přihlašovací procedurou? S těmi poplatky, pokutami?
C: No, vždycky na začátku roku je tam fronta. Dycky na Šmeralkách jsou fronty.
A: Vždycky ještě aji na jaře, když si to chceš jít zamluvit... ten pokoj... na další rok, to jsou fronty už od rána.
C: No a když sem tam byla já, tak jim zase spadl server, protože tam měli nějaký nápor.
A: Nám už to ale nějak šlo zamluvit na netu, ne? Já nevím, jestli to jde i u vás? Protože to je mnohem pohodlnější.
C: No až tento rok, před tím to myslím nešlo.
A: No, je to bez front úplně v klidu.
V: Tak ještě něco chcete dodat?
A: Já sem to ještě nedořekla s tím opravářem, opravil tu postel a byla jsem spokojená, ale nejsem spokojená s tou uklízečkou, ona vždycky všude rozmístí chlupů víc, než tam bylo, ona má prostě jednu hadru a bere s tím spodek, podlahu, pak záchod, no a umývá to až tam na závěr, proč to brát jako první, takže prostě na tom umyvadle nejenže se těma vlasama zasere odtok, takže to tam člověk musí psát do té knihy, ale ještě to tam je prostě pak nechutný a navíc všechno smrdí savem, a teď jsme si zvykli tam dávat študáka na záchod, no a ona nám ho celý zmáčela.
V: Děkuju vám za váš čas, že jste se účastnili mého průzkumu.

Příloha č. 5 – Dotazník – závažnost znaků spokojenosti

Vážená studentko, vážený studente,

obracím se na Tebe s prosbou o vyplnění krátkého dotazníku, který se týká Tvé spokojenosti s ubytováním na kolejích Univerzity Palackého. Vyplnění dotazníku je jednoduché a nezabere Ti více než 5 minut. Dotazník je anonymní a získané informace budou použity pro zpracování mé bakalářské práce a jako zpětná vazba pro vedení Správy kolejí a menz (SKM). Děkuji za Tvůj čas a ochotu.

Vít
Šťastný

Francouzština se zaměřením na aplikovanou ekonomii

1. Jsi ubytován/a na kolejích Univerzity Palackého?

- a) NE ☐
b) ANO ☐

Pokud odpovíš „NE“, ve vyplňování dotazníku dále nepokračuj.

2. Níže uvedeným skutečností přiřď prosím určitý počet bodů podle toho, do jaké míry ovlivňují Tvoji celkovou spokojenost s ubytováním na kolejích (čím více bodů přiřďíš, tím důležitější faktor), a to tak, aby byl celkový součet za všech 10 položek vždy 100.

(Tzn. nehodnotíš svoji aktuální spokojenost s danou skutečností, ale to, jak je daná skutečnost důležitá pro tvoji celkovou spokojenost s ubytováním.)

1. celodenní dostupnost koleje MHD	_____	-----
2. cena ubytování	_____	-----
3. vstřícné chování pracovníků SKM ke studentům	_____	-----
4. kvalitní úklid společných prostor	_____	-----
5. kvalitní služby opravářů	_____	-----
6. materiální vybavení společných kuchyní	_____	-----
7. materiální vybavení pokojů	_____	-----
8. kvalitní internetové připojení na pokoji	_____	-----
9. možnost regulace teploty pokojů	_____	-----
10. kvalita a dostupnost dalších služeb spojených s ubytováním	_____	-----
Aktuálně přiřazený počet bodů	_____	0
Cílový součet celkem		100

Děkuji za Tvůj čas a odpovědi.

Příloha č. 6 – Odpovědi respondentů – závažnost znaků spokojenosti

Znak spokojenosti	Číslo respondenta													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
– kvalitní internetové připojení na pokoji	8	12	10	15	17	30	15	20	20	10	25	10	10	10
– cena ubytování	15	10	20	10	4	5	15	10	20	10	20	20	15	10
– materiální vybavení pokoje	12	10	10	12	18	20	10	20	20	5	5	10	15	15
– celodenní dostupnost koleje MHD	12	11	15	8	6	5	15	10	2	20	15	25	10	15
– vstřícné chování pracovníků SKM ke studentům	7	9	5	5	13	5	10	2	10	10	0	0	15	15
– kvalitní úklid společných prostor	8	12	10	7	11	10	5	5	5	10	10	15	15	5
– kvalita a dostupnost dalších služeb spojených s ubytováním	15	8	5	15	10	5	10	5	5	15	0	5	5	5
– materiální vybavení společných kuchyní	10	10	10	8	9	10	5	10	3	10	15	0	5	5
– možnost regulace teploty pokoje	5	10	5	10	5	5	10	10	10	5	5	10	5	10
– kvalitní služby opravářů	8	8	10	10	7	5	5	8	5	5	5	5	5	10

Znak spokojenosti	Číslo respondenta												Průměr
	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
– kvalitní internetové připojení na pokoji	10	35	30	15	10	20	40	30	50	20	1	19	
– cena ubytování	8	40	5	15	10	20	0	10	30	30	50	16	
– materiální vybavení pokoje	8	0	20	15	15	10	15	10	5	5	1	11	
– celodenní dostupnost koleje MHD	8	25	0	10	15	10	10	10	0	20	2	11	
– vstřícné chování pracovníků SKM ke studentům	15	0	15	10	15	5	20	10	10	5	1	8	
– kvalitní úklid společných prostor	15	0	5	10	5	5	0	5	0	0	25	8	
– kvalita a dostupnost dalších služeb spojených s ubytováním	8	0	5	2	5	5	5	10	0	20	10	7	
– materiální vybavení společných kuchyní	8	0	5	10	5	10	10	5	0	0	8	7	
– možnost regulace teploty pokoje	5	0	10	7	10	10	0	5	0	0	1	6	
– kvalitní služby opravářů	15	0	5	6	10	5	0	5	5	0	1	6	

Příloha č. 7 – Dotazník spokojenosti

Vážená studentko, vážený studente,

obracím se na Tebe s prosbou o vyplnění krátkého dotazníku, který se týká Tvé spokojenosti s ubytováním na kolejích Univerzity Palackého. Vyplnění dotazníku je jednoduché a nezabere Ti více než 10 minut. Dotazník je anonymní a získané informace budou použity pro zpracování mé bakalářské práce a jako zpětná vazba pro vedení Správy kolejí a menz (SKM). Děkuji za Tvůj čas a ochotu.

Vít Šťastný

Francouzština se zaměřením na aplikovanou ekonomii

1. Jsi ubytován/a na kolejích Univerzity Palackého?

☐ANO ☐NE

Pokud odpovíš „NE“, ve vyplňování dotazníku dále nepokračuj.

a) Na které koleji jsi ubytován/a?

□ 17. listopadu

☐ Bedřicha Václavka

Neředín I

□ Marie Kudeříkové

Evžena Rošického

Neředin II

□ Chválkovice

☐ Generála Svobody

Neředín III

Šmeralova

J.L.Fischera

Neředín IV

2. Spokojenost s ubytováním na kolejích

Uveď prosím, jak jsi spokojen/a s jednotlivými skutečnostmi souvisejícími s ubytováním na kolejích. Ohodnot' jako ve škole (1- velmi spokojen/a, 2- spokojen/a, 3 – ani spokojen/a, ani nespokojen/a, 4 - nespokojen/a, 5 – velmi nespokojen/a) a svoji odpověď zaznamenej na škále do připravených políček. Nechceš-li hodnotit nebo nemáš-li na danou věc názor, zaškrtni N.

[illegible]

3. Uvítal/a bys možnost partnerského ubytování na každé koleji?

☐Ano ☐Ne ☐Je mi to jedno

4. Studijní podmínky na své koleji hodnotíš jako:

☐Velmi dobré ☐Dobré ☐Špatné ☐Velmi špatné ☐Nevím

Hodnotíš-li je jako špatné nebo velmi špatné, uveď prosím důvody své nespokojenosti:

.....

5. Jsi s něčím na kolejích nespokojen/a? Co bys změnil/a? Co Ti na kolejích chybí (např.další služby)?

Prostor pro Tvé připomínky a návrhy (můžeš zdůvodnit i příčiny své nespokojenosti u bodů v otázce 2.):

.....

Děkuji za Tvůj čas a odpovědi.

Dear student,

I would like to ask you, if you could do me a favour and fill in this short questionnaire which concerns your satisfaction with accommodation at the student hostel of University Palacky. Completion of this questionnaire is simple and does not take you more than ten minutes. The questionnaire is anonymous and collected data will be used for my bachelor thesis and as a feedback for the management of Sprava koleji a menz (SKM). Thank you for your time and goodwill.

Vít Šťastný

1. Do you stay at student hostel of University Palacky?

☐ YES ☐ NO

If you answer "NO", do not continue in filling in the questionnaire.

a) Which student hostel do you stay at?

☐ 17. Listopadu ☐ Marie Kudeříkové ☐ Chválkovice ☐ Šmeralova
☐ Bedřicha Václavka ☐ Evžena Rošického ☐ Generála Svobody ☐ J.L.Fischera
☐ Neředín I ☐ Neředín II ☐ Neředín III ☐ Neředín IV

2. Satisfaction with the student hostel accommodation.

Please state the level of your satisfaction with the following statements. Evaluate at the scale from 1 to 5 (where 1 - *Very satisfied*, 2 - *Satisfied*, 3 - *Neither satisfied nor dissatisfied*, 4 - *Dissatisfied*, 5 - *Very dissatisfied*) and note your answer into the sheet. If you do not want to evaluate or do not have an opinion, tick "N".

How satisfied are you with:		1	2	3	4	5	N
a)	the whole day accessibility of your hostel by public transport?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
b)	price of accommodation compared to the quality of offered service?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
c)	SKM employees' behaviour towards students?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
d)	clean-up of common areas (e.g.: toilets, study rooms)?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
e)	maintenance staff's services?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
f)	material equipment of common kitchens?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
g)	material equipment of your room?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
h)	internet connection in your room?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
i)	possibility of regulation of the temperature in your room?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
j)	other services provided by the student hostel (e.g.: laundry, room for bicycles, sport enjoyment)?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
k)	How do you evaluate your overall satisfaction with the accommodation in the student hostel?	☐	☐	☐	☐	☐	☐

3. Would you welcome the possibility of accommodation for couples at every student hostel?

☐ Yes ☐ No ☐ I do not care

4. **What do you think of conditions for studying:**

☐ Really good ☐ Good ☐ Bad ☐ Really bad ☐ I do not know

If you think they're bad or really bad, state the reasons of your dissatisfaction:

.....

5. **Is there anything you're dissatisfied with? What would you change? What do you miss (e.g. other services)?**

Your suggestions (you can also justify the reasons of your dissatisfaction stated in question 2):

.....

Thank you for your time and answers.

Příloha č. 8 – Odpovědi respondentů – dotazník spokojenosti

Viz elektronický soubor „*Dotaznik spokojenosti - vysledky.xls*“ uložený ve zdrojovém adresáři na přiloženém CD.