

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

ZÁVĚREČNÁ PRÁCE

2021

Gabriela Pons Baena

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

STUDIUM V OBLASTI PEDAGOGICKÝCH VĚD PRO UČITELE
ODBORNÝCH PŘEDMĚTŮ, PRAKTICKÉHO VYUČOVÁNÍ A
ODBORNÉHO VÝCVIKU

/

STUDIUM V OBLASTI PEDAGOGICKÝCH VĚD

2021-2022

ZÁVĚREČNÁ PRÁCE

Gabriela Pons Baena

Ekonomické povědomí u žáků gymnázia

Praha 2021

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená závěrečná práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval(a) samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal(a), v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 17.09.2021

.....

Gabriela Pons Baena...

Anotace

Práce pojednává o ekonomickém povědomí studentů gymnázia Luďka Píka v Plzni. Žáci této školy, jakožto studenti gymnázia mají jako jeden z předmětů Základy společenských věd. Tento předmět si mohou rovněž volit jako maturitní. Součástí maturitních otázek jsou i otázky z ekonomie. Práce se snaží vyhodnotit, jak žáci znají ekonomickou teorii a jak ji umí využít v praktických úvahách. Vyhodnocením práce je posouzení výsledku a návrh opatření, která mohou vést ke zlepšení situace.

Klíčová slova

ekonomická teorie, ekonomie, dotazník, nabídka, otázky otevřené, otázky uzavřené
poptávka

ÚVOD	6
TEORETICKÁ ČÁST	7
1 RÁMCOVÝ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM PRO GYMNÁZIA.....	7
1.1 Vymezení rámcového vzdělávacího programu	7
1.2 Společenskovědní základ a svět práce	9
1.3 Ekonomická teorie vyučovaná na gymnáziích	10
1.3.1 Podniková ekonomika	10
1.3.2 Ekonomie.....	12
2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	15
2.1 Metody výzkumu	16
2.2 Kvantitativní výzkum.....	17
2.3 Kvalitativní výzkum	18
2.4 Dotazník	19
PRAKTICKÁ ČÁST	21
3 GYMNÁZIUM LUŽKA PIKA V PLZNI.....	21
4 EKONOMICKÉ POVĚDOMÍ ŽÁKŮ GYMNÁZIA	23
4.1 Formální vyjádření problému a stanovení hypotézy	23
4.2 Vstupní data pro vytvoření dotazníku.....	23
4.3 Dotazníkové šetření	24
4.4 Otevřené otázky	31
4.5 Celkové zhodnocení uzavřených otázek	32
ZÁVĚR	34
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	35
SEZNAM ZKRATEK	38
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ.....	39
SEZNAM PŘÍLOH	41

ÚVOD

Tématem práce je analýza povědomí žáků gymnázia o ekonomickém dění v ČR a ve světě.

Téma práce „Ekonomické povědomí žáků gymnázia“ bylo zvoleno proto, že se jedná o předmět, který je pro autorku práce stěžejní v její vlastní praxi a oboru vzdělání jak v bakalářském, tak v magisterském programu dokončeného studia. Ekonomie je zároveň předmětem, který je na gymnáziích vyučován v rámci Základů společenských věd v posledních dvou ročnících a je rovněž volitelným maturitním předmětem. Základy ekonomie, respektive ekonomiky, by dle mého názoru měly být vyučovány na všech středních školách, nikoli jen na gymnáziích, kde jsou součástí předmětu Základy společenských věd. Základní termíny, které se objevují v reálném životě, jako je například inflace, nezaměstnanost, nabídka či poptávka jsou sice ekonomickými termíny, ale skrývá se za nimi reálný život, který kolem sebe pozoruje každý z nás.

Studenti gymnázií jsou již výběrem své střední školy předurčeni ke studiu vysokých škol. Před zahájením studia prošli náročným přijímacím řízením. Je k nim přistupováno jako k budoucí elitě národa a jsou na ně kladeny vyšší nároky než na studenty odborných středních škol. Jejich studium je založeno na co nejširších obecných znalostech, které se v budoucnu teprve spojí s praktickými zkušenostmi. Jakým způsobem ale propojují již v průběhu studia své znalosti s okolní realitou? Do jaké míry jsou schopni své znalosti dosažené pouhým memorováním použít v praxi? Práce pomocí dotazníkového šetření odhalí výsledky průzkumu u studentů Gymnázia Luďka Píky v Plzni.

TEORETICKÁ ČÁST

1 RÁMCOVÝ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM PRO GYMNÁZIA

1.1 VYMEZENÍ RÁMCOVÉHO VZDĚLÁVACÍHO PROGRAMU

Nové principy kurikulární politiky, které byly zformulovány v Národním programu rozvoje vzdělávání v ČR, tzv. Bílé knize a jsou zakotveny v zákoně č. 561/2004 Sb., Zákon o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (tzv. Školský zákon). Kurikulární politikou je míněno smysluplné uspořádání na sebe navazujících výchovných a vzdělávacích prvků, které by měly zdokonalit rozvoj člověka.

Kurikulární dokumenty jsou vytvářeny na dvou úrovních:

- Státní
 - Národní program vzdělávání (NPV) – formuluje požadavky na vzdělávání, které jsou platné v počátečním vzdělávání jako celku.
 - Rámcové vzdělávací programy (RVP) – vymezují závazné rámce vzdělávání pro jeho jednotlivé etapy, tzn. pro předškolní, základní a střední vzdělávání.
- Školní
 - Školní vzdělávací programy (ŠVP) – podle těchto se uskutečňuje vzdělávání na jednotlivých školách. Školní vzdělávací program si vytváří každá škola podle zásad stanovených v příslušném rámcovém vzdělávacím programu.

Rámcové vzdělávací programy vymezují strategii vzdělávání, která klade důraz na klíčové kompetence, jejich provázanost se vzdělávacím obsahem a uplatněním získaných vědomostí a dovedností v praktickém životě. Tyto programy vycházejí z koncepce celoživotního vzdělávání. V rámcových vzdělávacích programech je formulována očekávaná úroveň vzdělání stanovená pro určitou etapu vzdělávání.

Gymnázia v České republice si své školní vzdělávací programy vytvářejí z rámcového vzdělávacího programu pro gymnázia. Rámcový vzdělávací program pro gymnázia udává základní vzdělávací úroveň pro všechny absolventy gymnázií, stanovuje závazný vzdělávací obsah, tedy učivo, které má být probráno. Program předpokládá, že si na jeho základě školy zvolí různé vzdělávací postupy, metody a formy výuky ve shodě s individuálními potřebami žáků, rovněž umožňuje modifikaci vzdělávacího obsahu pro vzdělávání žáků se speciálními vzdělávacími potřebami a žáků mimořádně nadaných.¹

Rámcový vzdělávací program vymezuje následujících osm vzdělávacích oblastí:

- Jazyk a jazyková komunikace – výuka českého jazyka a literatury, prohloubení vědomostí získaných v základním vzdělávání. Osvojení dvou cizích jazyků a, stejně jako u českého jazyka, prohloubení znalostí ze základního vzdělávání.
- Matematika a její aplikace – rozvoj abstraktního a analytického myšlení, logického usuzování. Vysvětlení uplatnění matematiky v mnoha oborech lidské činnosti.
- Člověk a příroda – zákonitosti, jimiž se řídí přírodní procesy. Oblast zahrnuje obory Fyzika, Chemie, Biologie, Geografie a Geologie.
- Člověk a společnost – rozvíjení znalostí získaných v základním vzdělávání prostřednictvím oborů Občanský a společenskovední základ, Dějepis a Geografie.
- Člověk a svět práce – stále se vyvíjející legislativa a vztahy na ekonomickém trhu kladou důraz na to, aby student dokázal teoretické znalosti aplikovat na aktuální dění v ekonomice, aby byl schopen situaci správně analyzovat a reagovat na ni. V této oblasti je kladen velký důraz na mezipředmětové vztahy a využívání dosud získaných vědomostí.
- Umění a kultura – hudební a výtvarný obor, umělecká tvorba a komunikace

¹ https://www.edu.cz/wp-content/uploads/2020/08/RVPG-2007-07_final.pdf

- Člověk a zdraví – tělesná výchova a výchova ke zdraví. Zaměřuje se na řešení situací souvisejících se zdravím a bezpečností v rámci rodiny, pracoviště, obce atd.
- Informatika a informační a komunikační technologie – navazuje na základní vzdělávání. Snaha o tvůrčí využití informačních a komunikačních technologií.²

1.2 SPOLEČENSKOVĚDNÍ ZÁKLAD A SVĚT PRÁCE

Základní oblasti rámcového vzdělávacího programu Základy společenských věd, do kterých patří základy Psychologie, Filosofie, Práva apod. a Člověk a svět práce jsou většinou vyučovány na gymnáziích v předmětu Základy společenských věd.

Rámcový vzdělávací program stanovuje konkrétní cíle, formy, délku a povinný obsah vzdělávání, a to všeobecného a odborného podle zaměření daného oboru vzdělání. Tvorbu a oponenturu rámcových vzdělávacích programů zajišťují příslušná ministerstva prostřednictvím odborníků vědy a praxe, včetně pedagogiky a psychologie. Rámcové vzdělávací programy vydává MŠMT po projednání s příslušnými ministerstvy. Na základě rámcových vzdělávacích programů si jednotlivé školy vytvářejí své školní vzdělávací programy.³

Rámcový vzdělávací program pro gymnázia vymezuje oblast Člověk a společnost. V této oblasti využívá společenskovědní poznatky získané v základním vzdělávání a dále je rozvíjí. Nedílnou součástí jsou i nové obsahové prvky, jejichž pochopení je podmíněné rozvinutější myšlenkovou činností a praktickou zkušeností žáka gymnázia. Žáci se v tomto vědním oboru učí kriticky reflektovat společenskou skutečnost, posuzovat různé přístupy k řešení problémů každodenní praxe a aplikovat poznatky do současnosti. To přispívá k utváření historického vědomí, k uchování kontinuity tradičních hodnot naší civilizace, k občanskému vzdělávání mládeže a posiluje respekt k základním principům demokracie. Vzdělávání v této oblasti podporuje vědomí

² https://www.edu.cz/wp-content/uploads/2020/08/RVPG-2007-07_final.pdf

³ <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/>

neopakovatelnosti a jedinečnosti života, významu lidské důstojnosti a úcty k výtvorům lidského ducha minulých generací i současnosti.

Vzdělávacím obsahem oblasti Člověk a svět práce je zaměřen na budoucí volbu povolání. Studenti by měli umět kriticky posoudit své zdravotní, osobnostní a kvalifikační předpoklady pro volbu dalšího studia a následnou volbu profese. Studenti se zde setkávají s teorií trhu práce a ekonomickými a právními pojmy, které se k trhu práce váží (pracovní smlouva, výpověď, odbory, time management, nezaměstnanost). Dále se v této oblasti setkávají se základními ekonomickými pojmy jako je např. ekonomika, makro a mikroekonomie, ekonomický cyklus, tržní mechanismus, nabídka, poptávka, tvorba ceny, inflace, nezaměstnanost, fiskální a monetární politika, finance, měnový kurz a další.⁴

1.3 EKONOMICKÁ TEORIE VYUČOVANÁ NA GYMNÁZIÍCH

Jak již bylo zmíněno výše, gymnázia v České republice se řídí rámcovým vzdělávacím programem, který si dále zpracovávají do školního vzdělávacího programu. Oblast, která se týká podnikové ekonomiky a ekonomie je probírána až v maturitním čtvrtém, resp. u víceletých gymnázií v osmém ročníku.

1.3.1 PODNIKOVÁ EKONOMIKA

Podniková ekonomika je vědní obor, který se zabývá podnikem, který působí v určitém okolí, uspokojuje potřeby zákazníků a jeho snahou je realizovat zisk.

Podnikové ekonomika je úzce spjata s mikroekonomií, která zkoumá chování jednotlivých ekonomických subjektů na trhu.

V tomto předmětu se žáci seznamují s podnikáním, jakožto cílevědomou činností prováděnou podnikatelem za účelem zhodnocení vloženého kapitálu, resp. realizace zisku. Zisk je docílen uspokojováním potřeb zákazníků. Potřeby zákazníků uspokojuje

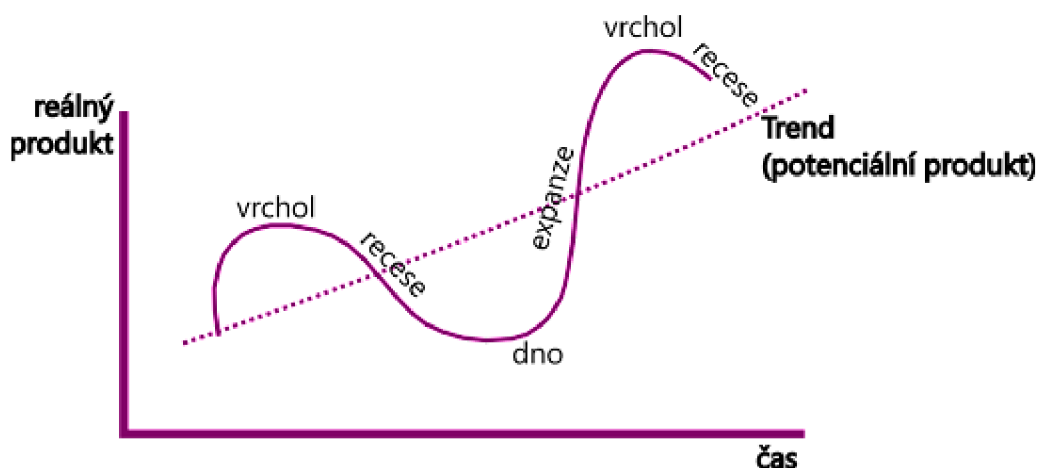
⁴ https://www.edu.cz/wp-content/uploads/2020/08/RVPG-2007-07_final.pdf

podnikatel svými výrobky a službami na trhu. Vstupem na trh čelí podnikatel rizikům, kterým se snaží předcházet.⁵

Mezi základní znalosti, které jsou součástí maturitních otázek ze základů společenských věd řadíme následující:

- Právní formy podnikání – studenti se učí o různých právních formách podnikání, se kterými se mohou setkat v podmínkách ČR – akciové společnosti, společnosti s ručením omezeným, komanditní společnosti, veřejné obchodní společnosti, ale i o osobách samostatně výdělečně činných či živnostech. Studenti by v tomto bodě měli získat povědomí o tom, za jakých podmínek lze podnikat a co vše splnit, aby mohl být založen určitý typ podnikání.
- Ekonomický cyklus – neboli určité pravidelné kolísání ekonomiky. Studenti se seznamují s jednotlivými fázemi ekonomického cyklu (Dno, Expanze, Vrchol, Recese), viz následující obrázek.

Obrázek 1 Hospodářský cyklus⁶



- Marketing a public relations (PR), reklama – studenti se učí o tom, co jednotliví podnikatelé dělají proto, aby upoutali pozornost zákazníka.

⁵ SYNEK, M., KISLINGEROVÁ, E. a kol. Podniková ekonomika. 5. přepracované a doplněné vydání. Praha: C.H.Beck, 2010, str. 3

⁶ <http://materialy-kristof.wz.cz/zsv/obsah/odkazy/ekonomieveda.html>

Důležité pro tento bod je vymezení rozdílu mezi reklamou a PR. Reklama je cílena na určitý produkt, který má prezentovat a snahou je zvýšení prodeje konkrétního produktu. Používá se rovněž pro produkty nově uváděné na trh. PR naproti tomu je dlouhodobá záležitost. Má upevňovat u zákazníků povědomí o firmě a jejích produktech. Není zacílena na konkrétní výrobek či službu, ale celé portfolio a firmu jako takovou.

1.3.2 EKONOMIE

Ekonomii definují P. A. Samuelson a W. D. Nordhaus ve svém díle *Ekonomie* následovně: „*Ekonomie zkoumá, jak různé společnosti užívají vzácné zdroje k výrobě užitečných komodit a jak je rozdělují mezi různé skupiny.*“⁷

Ekonomie je mladým vědním oborem. Datuje se jen dvě stě padesát let zpátky. Jako počátek ekonomie jako vědního oboru je považováno vydání díla *Bohatství národů* v roce 1776, jehož autorem je Adam Smith.

Ekonomie se dále člení na mikroekonomii a makroekonomii. Mikroekonomie analyzuje chování jednotlivých prvků ekonomiky, jako jsou odvětví, firmy a domácnosti. Naproti tomu makroekonomie studuje fungování ekonomiky jako celku.⁸

Mez základní znalosti v mikroekonomii, které jsou vyučovány na gymnáziích, jsou následující:

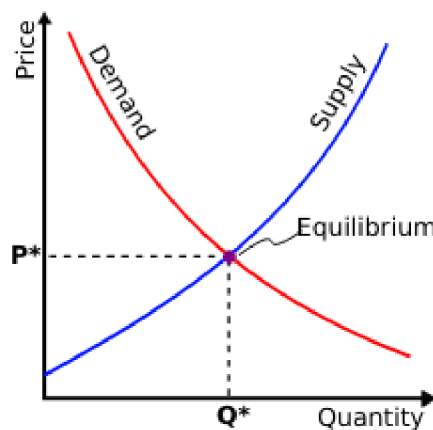
- Poptávka D – studenti jsou seznámeni s definicí poptávky a její praktické použití. Definice poptávky: Poptávka = množství zboží, které je spotřebitel v daný okamžik ochoten koupit za danou cenu. Ke znalosti definice se váže i základní graf s křivkou poptávky. Studenti musí ovládnout zásady, které zapříčiní pohyb poptávkové křivky.

⁷ SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W.D. *Ekonomie*, 2. vydání. Praha: Nakladatelství Svoboda 1995. ISBN-80-205-0494-X, str. 5

⁸ SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W.D. *Ekonomie*, 2. vydání. Praha: Nakladatelství Svoboda 1995. ISBN-80-205-0494-X, str. 5

- Nabídka S – studenti jsou seznámeni s definicí nabídky a jejím praktickým použitím. Definice nabídky: Nabídka = množství zboží, které je výrobce v daný okamžik ochoten prodat za danou cenu. Ke znalosti definice se váže i základní graf s křivkou nabídky. Studenti musí ovládnout zásady, které zapříčiní pohyb nabídkové křivky.
- Tržní rovnováha E – rovnováha poptávky a nabídky a rovnovážná cena = místo, kde se protíná nabídka s poptávkou, tzn. při určité úrovni ceny P jsou spotřebitelé ochotni nakoupit přesně takové množství statků a služeb Q, které jim prodávající nabízejí. Graf tržní rovnováhy, který studenti musí umět okomentovat je patrný z následujícího obrázku.

Obrázek 2 Tržní rovnováha⁹



- Dokonalá a nedokonalá konkurence – studenti mají za cíl se naučit o dokonalé konkurenci (prostředí, kde není konkurenční boj, je v něm volný vstup z a do odvětví, odvětví má velký počet nabízejících i prodávajících a statek či služba jsou homogenní). Dokonalá konkurence v realitě neexistuje, ale dává teoretický rámec na kterém se poté vysvětlují jednotlivé nedokonalosti. Nedokonalá konkurence má podobu monopolu, monopsonu, oligopolu nebo monopolistické konkurence.

⁹ http://gymnazium1.milevsko.cz/dokumenty/ekf2/trh/trzni_mechanismus.html

Makroekonomie, jak již bylo řečeno výše, zkoumá ekonomiku jako celek. Většinou z pohledu národního hospodářství. Základní znalosti, které se studenti na gymnáziích dozvídají jsou následující:

- Inlace – růst cenové hladiny. Cenovou hladinu v makroekonomii je potřeba vidět nikoli jako cenu jednoho statku, ale jako cenu celého spotřebitelského koše, který obsahuje více statků z různých odvětví. Studenti se učí diskutovat o inflaci v kontextu se skutečností, kterou pozorují ve svém okolí.
- Nezaměstnanost – studenti se seznamují s jednotlivými druhy nezaměstnanosti – dobrovolnou a nedobrovolnou. Nedobrovolná nezaměstnanost se dále dělí na frikční (krátkodobá, souvisí s odchodem z jednoho zaměstnání a hledáním dalšího), strukturální (nezaměstnanost v určitém odvětví, např. horníci), cyklická (souvisí s hospodářským cyklem, v období recese bývá větší nezaměstnanost) a sezonní (např. v zemědělství v zimě bývá větší nezaměstnanost než v létě). Studenti řeší příčiny nezaměstnanosti a dávají je do kontextu se skutečností.
- HDP – hrubý domácí produkt, jako měřítko výkonnosti ekonomiky. Jaké jsou vstupy pro výpočet a co tato veličina říká. HDP určuje, kolik statků a služeb v peněžním vyjádření ekonomika státu vyprodukovala za jeden rok.
- Fiskální a monetární politika – studenti se seznamují s fiskální, resp. rozpočtovou politikou státu. Seznamují se s výdaji a příjmy státního rozpočtu a možnostmi, jak stát může ovlivňovat výkonnost ekonomiky zvýšením či snížením státních nákupů či zvýšením či snížením daní. Proti tomu monetární politika je politikou centrální banky, v ČR konkrétně České národní banky. Studenti se seznamují s možnými zásahy ČNB, tzv. intervencemi. Intervencí je míněno zvyšování či snižování nabídky peněz v ekonomice.

2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Potřeba marketingového výzkumu si vydobyla své místo na počátku 21. století, které přineslo zásadní celosvětové změny ve vývoji trhu i v řízení firemních procesů. Hlavními nositeli změn ve 21. století jsou zejména vliv globalizace, vývoj techniky, technologie, nových materiálů, vývoj informačních technologií a nástup celosvětových sociálních sítí. Hovoří se o přechodu od ekonomiky hmotných statků k ekonomice informační.

John Milton citovaný v knize *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu* říká o marketingovém výzkumu následující: „*Krást myšlenky od jedné osoby je plagiátorství, krást myšlenky od mnoha lidí je výzkum*“¹⁰.

Marketingový výzkum je podle Majumdara definován jako „*Objective and formal process of systematically obtaining, analysing and interpreting data for actionable decision making in marketing.*“¹¹ V překladu: „*Marketingový výzkum je objektivní a formální proces systematického získávání, analýzy a interpretace dat pro akceschopné rozhodování v marketingu.*“

Kotler a Keller definují marketingový výzkum jako: „*Systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací, týkajících se určitého problému, před kterým firma stojí.*“¹²

¹⁰ KOZEL R., MYNÁŘOVÁ L., SVOBODOVÁ H. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Grada, Praha 2011. ISBN-978-80-247-3527-6, str. 12

¹¹ MAJUMDAR, Ramanuj. *Marketing research: text, applications and case studies*. New Delhi: New Ae International, 1991. ISBN-978-81-224-0338-1

¹² KOTLER P., KELLER K. L. *Marketing management*. 4.vydání. Praha: Grada, 2013. ISBN-978-80-247-4150-5, str.

2.1 METODY VÝZKUMU

Výzkumem hledány konkrétní odpovědi na otázky, které nás zajímají a pomáhají dělat důležitá rozhodnutí. Samotný počet oslovených není tím hlavním měřítkem. Vždy je lepší mít větší vzorek, ale zejména musí tento vzorek dobře reprezentovat cílovou skupinu. Velký vzorek, který není reprezentativní, může být stejně špatný jako příliš malý vzorek.¹³

Existují různé metody, kterými se lze ptát cílových skupin. Některé vědecké obory mají poměrně jasno, z jakou metodu použijí. Například na fyzika, chemie a matematika používá téměř vždy kvantitativní metody výzkumu. Naopak společenské vědy dávají přednost kvalitativním metodám. V současné vědě můžeme stále častěji pozorovat kombinaci obou metod.¹⁴

Výzkum je rozdělen na základní a aplikovaný. Základní výzkum se zabývá teoretickými otázkami a výsledky tohoto výzkumu není nutné okamžitě aplikovat. S poznatky základního výzkumu většinou dále pracují další vědci. Účelem je připravit základní předpoklady pro další zkoumání. Základní výzkum se většinou provádí v laboratoři. Aplikovaný výzkum odpovídá na otázky, které mají bezprostřední význam pro praxi. Důvodem výzkumu je hledání řešení praktických problémů. V sociálních vědách má aplikovaný výzkum často za cíl návrh opatření, intervencí nebo programů, jež zlepšují podmínky života lidí. Aplikovaný výzkum se většinou provádí v přirozeném prostředí. Metodologický přístup k řešení výzkumu se nazývá výzkumná strategie. Ve společenských vědách máme dvě hlavní kategorie – kvalitativní a kvantitativní výzkumné strategie. V jednom výzkumném projektu je možné použití obou těchto strategií, takové strategii se pak říká smíšená výzkumná strategie.¹⁵

¹³ <https://www.stemmark.cz/vyzkum-je-dialog/>

¹⁴ https://wikisofia.cz/wiki/3._Kvalitativn%C3%AD_a_kvantitativn%C3%AD_v%C3%BDzkum,_vz%C3%A1jemn%C3%A9_porovn%C3%A1n%C3%AD

¹⁵ HENDL Jan. Kvalitativní výzkum: Základy metody a aplikace. Portál, Praha 2005. ISBN 80-7367-040-2, str.39-40

2.2 KVANTITATIVNÍ VÝZKUM

Kvantitativní výzkum je uplatňován zejména v přírodních vědách. Předpokládá, že je lidské chování do určité míry měřitelné a předvídatelné.

Kvantitativní výzkum využívá:

- náhodný výběr,
- experiment,
- sběr dat pomocí testů,
- dotazníkové šetření,
- pozorování.

Takto sebraná data jsou dále analyzována statistickými metodami s cílem je explorovat, popisovat, popřípadě ověřovat pravdivost našich hypotéz.¹⁶

Hypotéza je používána v kvantitativním výzkumu. Opírá se o dedukci. Před samotným výzkumem je formulována hypotéza, která je následně pozorováním či testováním potvrzena či vyvrácena. Vychází z teorie a předpokládá výsledek výzkumu.¹⁷

Kvantitativní výzkum se skládá z následujících komponent:

- Teorie – formální vyjádření určitého obecného tvrzení, které má potenciál vysvětlit vztahy v reálném světě
- Hypotéza – z teorie se provede dedukce, to jinými slovy znamená, co očekáváme, pokud budeme předpokládat, že stanovená teorie platí? V této fázi nalézáme vztah mezi dvěma proměnnými X a Y.
- Operační definice – co potřebujeme zjistit, abychom pozorovali X a Y
- Měření – provede se pozorování

¹⁶ HENDL Jan. Kvalitativní výzkum: Základy metody a aplikace. Portál, Praha 2005. ISBN 80-7367-040-2, str.46

¹⁷ <https://www.fsps.muni.cz/emuni/data/reader/book-8/04.html>

- Testování hypotézy – provedou se závěry o platnosti hypotézy. Proveďte se vyhodnocení většinou použitím statistických metod.
- Verifikace = vztažení výsledku testování zpět k teorii.¹⁸

2.3 KVALITATIVNÍ VÝZKUM

Významný americký akademik J. W. Creswell definoval kvalitativní výzkum následovně

„Kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.“¹⁹

Kvalitativní výzkum probíhá většinou tak, že jsou na začátku výzkumu určeny základní výzkumné otázky. Ty mohou být v průběhu výzkumu modifikovány a doplňovány. Proto se kvalitativní výzkum někdy nazývá též emergentní nebo pružný. Během výzkumu vznikají rovněž i nové hypotézy a nová rozhodnutí. Práci výzkumníka by šlo přirovnat k práci detektiva, protože výzkumník vyhledává a analyzuje jakékoliv informace, které přispívají k osvětlení výzkumných otázek. Provádí tzv. deduktivní a induktivní závěry. Výzkumník pracuje přímo v terénu. Sběr dat a jejich analýza probíhají v delším časovém intervalu, než je tomu u kvantitativního výzkumu. Dalším specifickým kvalitativního výzkumu je, že sběr dat i jejich analýza probíhají současně. Výzkumník sebere data, udělá jejich analýzu a poté se rozhodne, která data dále potřebuje.

Mezi hlavní kvalitativní metody výzkumu patří:

¹⁸ HENDL Jan. Kvalitativní výzkum: Základy metody a aplikace. Portál, Praha 2005. ISBN 80-7367-040-2, str.46

¹⁹ CRESWELL, W. John. Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions. Str. 12. In: HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2008, s. 50. ISBN 80-7367-4858, str.50

- Pozorování – je prováděno po delší časové období než je tomu v kvantitativním výzkumu.
- Texty a dokumenty – teoretické porozumění, rozbor významu sebraných textů, jejich organizace a použití při výzkumu.
- Interview – přenos zkušeností, nestructurovaný rozhovor.
- Audio a videozáznamy – přesné a detailní porozumění průběhu interakcí.²⁰

2.4 DOTAZNÍK

Dotazník je bezesporu nejrozšířenějším nástrojem výzkumu. Dotazník zahrnuje řadu otázek, které jsou předkládány respondentovi k odpovědi a je velice flexibilní, tzn. existuje mnoho způsobů, jak otázky klást.

Předtím než se marketingový pracovník začne ptát, musí dotazník otestovat, aby neobsahoval chyby. Je potřeba se rozhodnout, jaké otázky klást, jak budou seřazené za sebou, zda není vynechána otázka, na kterou by respondent měl odpovědět nebo naopak, zda nejsou v dotazníku otázky, na které respondent odpovědět nemůže. Je potřeba se rozhodnout, zda celkové složení dotazníku přispívá k cílům výzkumu, zda si vyhodnocením dotazníku potvrdíme či vyvrátíme stanovenou hypotézu.

Samotná formulace otázky může ovlivnit odpověď. Formulace musí být jasná, jednoduchá a nesmí být zavádějící. Posloupnost otázek není nejdůležitější, ale i tak může být velice podstatná. Otázky by měly být řazeny logicky. První otázka by měla zaujmout. Naopak až na závěr by měly být kladeny složitější či osobní otázky.

Rozlišujeme otázky:

- Uzavřené – obsahují všechny varianty odpovědi a respondent z těchto odpovědí volí. Uzavřené otázky poskytují odpovědi, které lze snadno interpretovat a kategorizovat.
- Otevřené – umožňují respondentům odpovědět svým vlastním způsobem. Tyto otázky odhalí většinou daleko více než otázky uzavřené. Otevřené

²⁰ HENDL Jan. Kvalitativní výzkum: Základy metody a aplikace. Portál, Praha 2005. ISBN 80-7367-040-2, str.50

otázky jsou velmi užitečné v informativním výzkumu, kde se tazatel snaží zjistit, co si lidé myslí, ale nesnaží se zjišťovat, kolik lidí přemýšlí určitým způsobem.²¹

- Polootevřené – kombinují výhody i nevýhody otevřených a uzavřených otázek. Polouzavřená otázka vznikne přidáním varianty "jiné" do uzavřené otázky a umožní tak respondentovi vyjádřit svůj názor.²² Příklad takového dotazníku č.3 u otázek 1 a 3.

Obrázek 3 Příklad dotazníku s využitím polootevřených otázek²³

Anketa obce TUHAŇ

Pro revizi Strategického plánu obce Tuhaň potřebujeme znát názor co největšího počtu občanů. Proto si dovoluujeme v rámci Občasníku obce doručit do všech domácností anonymní dotazník a budeme si velice vážit všech vyplněných a vrácených dotazníků.

1. Co byste v obci nejvíce uvítali?

Kulturní a společenský sál	<input type="checkbox"/>
Víceúčelové hřiště	<input type="checkbox"/>
Chodníky při místn.komunikacích	<input type="checkbox"/>
Přechody pro chodce	<input type="checkbox"/>
Rozšíření stávajících dětských hřišť	<input type="checkbox"/>
Životní prostředí – Naučná stezka kolem Tuhaně	<input type="checkbox"/>
Jiné. Uveďte prosím konkrétně co	<input type="text"/>

2. Jak se v posledních pěti letech změnilo celkové prostředí obce?

Výrazně se zlepšilo	<input type="checkbox"/>
Mírně se zlepšilo	<input type="checkbox"/>
Zůstalo stejné	<input type="checkbox"/>
Mírně se zhoršilo	<input type="checkbox"/>
Výrazně se zhoršilo	<input type="checkbox"/>
Nevím, nedokážu posoudit	<input type="checkbox"/>

3. Jak byste chtěli, aby vypadala obec Tuhaň v roce 2020?

Klidná a bezpečná obec podporující dobré mezilidské vztahy	<input type="checkbox"/>
Živá obec se zájmem o akce pro veřejnost	<input type="checkbox"/>
Zelená obec s přitažlivou a čistou krajinou	<input type="checkbox"/>
Jinak. Uveďte prosím Vaši představu.	<input type="text"/>

²¹ KOTLER Philip a kol., Moderní marketing. Grada, Praha 2007. ISBN 978-80-247-1545-2, str. 420, 421

²² <http://www.dotaznik-online.cz/otazky-dotazniku.htm>

²³ <https://www.tuhan.cz/aktuality/dotaznik-z-posledniho-cisla-tuhanskeho-obcasniku-ke-stazeni>

PRAKTICKÁ ČÁST

3 GYMNÁZIUM LUĐKA PIKA V PLZNI

Gymnázium Luďka Pika v Plzni je státní škola, jejímž zřizovatelem je Plzeňský kraj. Studium je všeobecné a trvá čtyři, šest nebo osm let. Kapacita školy je 680 studentů ve všech formách studia. Učební plány jsou sestaveny pro všeobecné studium bez zaměření. Koncepce studia vychází z přesvědčení, že studenti si sestaví nejvhodnější kombinaci volitelných předmětů sami s ohledem na svoje budoucí studium.²⁴



Obrázek 4 Gymnázium Luďka Pika Plzeň²⁵

Budova gymnázia byla navržena ve 20. letech 20. století plzeňským architektem Hanušem Zápalem a je dokladem kvalit meziválečného československého funkcionalismu.²⁶ Původní název školy zněl Občanské školy Luďka Pika a tvořily ji dvě samostatné občanské školy pro dvě plzeňské městské části Doubravku a Lobzy. Výstavba trvala dva roky (1930–1932). Nová škola byla slavnostně otevřena 4. září 1932. Škola byla pojmenována podle mnohaletého starosty Plzně Luďka Pika. Během

²⁴ <https://www.gop.pilsedu.cz/zakladni-informace>

²⁵ <https://www.upce.cz/celostatni-prehlicka-soc-plzen-13-1562014>

²⁶ <https://www.pamatkopin.cz/pamatky/pamatka/443-plzensky-kraj/okres-plzen-mesto/plzen-doubravka/2063-gymnazium-ludka-pika-v-plzni-doubravce>

druhé světové války roku 1945, když byla Plzeň bombardována americkou armádou, bomba zasáhla a poškodila tělocvičnu. Od 12. června 2003 je budova památkově chráněna.²⁷

²⁷ https://www.plzen.eu/o-meste/multimedia/fotogalerie/udalosti/galid_1350/vystava-pripomina-80-let-budovy-gymnazia-ludka-pika.aspx

4 EKONOMICKÉ POVĚDOMÍ ŽÁKŮ GYMNÁZIA

V následující kapitole bude podrobně rozebrán průzkum, který se uskutečnil na Gymnáziu Lud'ka Pika v Plzni. Průzkum měl za cíl zjistit, zda jsou žáci gymnázia schopni své teoretické znalosti uplatnit v praktických dotazech.

Pro jednodušší práci s daty a rychlejší sběr dat byla zvolena kvantitativní metoda výzkumu. Nástrojem pro výzkum byl použit dotazník. V dotazníku byly využity zejména uzavřené otázky, které byly doplněny o dvě otevřené.

4.1 FORMÁLNÍ VYJÁDŘENÍ PROBLÉMU A STANOVENÍ HYPOTÉZY

Ekonomie a podniková ekonomika jsou na gymnáziích vyučovány až v maturitním ročníku a jsou součástí volitelného maturitního předmětu Základy společenských věd. Oba tyto obory ale studenti pozorují ve svém bezprostředním okolí. Reagují na politickou a ekonomickou situaci, kterou pozorují kolem sebe. Jejich teoretické znalosti nemusí nutně souviset s fakty naučenými v jednotlivých předmětech, ale se schopností samoučení pozorováním svého okolí. Studenti gymnázií jsou vybráni pro toto studium pro své nadprůměrné studijní výsledky v základním vzdělávání. Velice často za sebou mají účasti na nejrůznějších olympiádách a jejich schopnost samostatného uvažování by měla být rovněž na nadprůměrné úrovni.

Hypotéza, která bude testována pomocí dotazníkového šetření mezi žáky posledních čtyř ročníků říká, že studenti, ač nadprůměrní svými dosavadními výsledky, nejsou zcela schopni odpovědět na praktické dotazy. Jinými slovy, dotazníkové šetření by mělo potvrdit či vyvrátit hypotézu, že studenti gymnázia jsou stále více schopni se učit a memorovat znalosti, než je prakticky využít.

4.2 VSTUPNÍ DATA PRO VYTVOŘENÍ DOTAZNÍKU

Dotazníkové šetření bylo prováděno v květnu 2021. Tento měsíc byl zvolen proto, že ve škole byl i maturitní ročník, který má látku již probranou.

Šetření probíhalo ve čtyřech posledních ročnících gymnázia osmiletého, šestiletého i čtyřletého a zúčastnilo se ho 183 studentů.

Vzhledem k problematickému období souvisejícímu s Covid19, kdy některé třídy byly ve škole, jiné ne a cizí osoby měly do gymnázia vstup zcela zakázaný, byla část dotazníků vyplňována pod dohledem pedagogů, část byla vyplňována online.

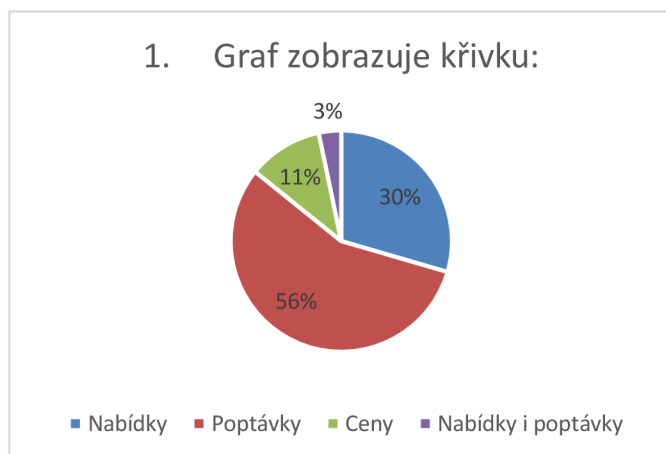
4.3 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

V následující kapitole bude vyhodnocena každá otázka dotazníku zvlášť. Ke každé otázce je vytvořen graf pro názornější prezentaci výsledku. V každé tabulce pod otázkou je modře vyznačena správná odpověď.

Tabulka 1 Vyhodnocení otázky č. 1 (zdroj: vlastní)

1. Graf zobrazuje křivku:	
Nabídky	54
Poptávky	103
Ceny	20
Nabídky i poptávky	6

Graf 1 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 1 (zdroj: vlastní)



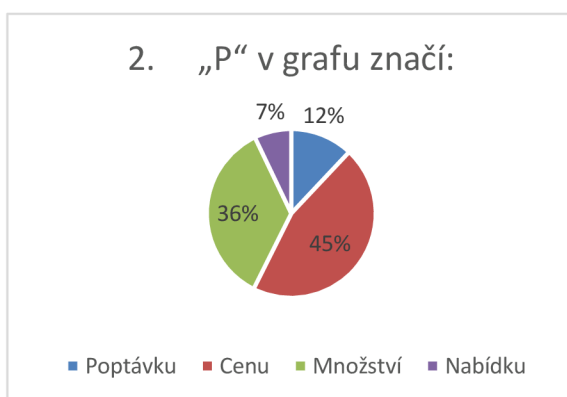
První otázka se váže ke grafu poptávky, jenž je možný vidět v Příloze č. 1. Tento graf je základem, který se učí na gymnáziích. Tato otázka byla zaměřena spíše na teoretickou znalost studentů.

I přes to, že tuto otázku v teorii neprobíraly nižší ročníky, tak více než polovina studentů odpověděla správně. Z výsledků po ročnících je patrné, že u studentů čtvrtého ročníku, který toto téma měl v době dotazování probrané, byla správná odpověď zvolena v 87 % případů.

Tabulka 2 Vyhodnocení otázky č. 2 (zdroj: vlastní)

2. „P“ v grafu značí:	
Poptávku	22
Cenu	83
Množství	65
Nabídku	13

Graf 2 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 2 (zdroj: vlastní)



I druhá otázka se týká spíše teoretických znalostí a rovněž je vztažena ke grafu poptávky. Zde je již méně jednoznačné, že znalost studentů je dostačující. Dokonce i u čtvrtého maturitního ročníku není jednoznačný výsledek. Většinou si studenti pletou názvosloví cena „Price“ značena P a

množství „Quantity“ značeno Q. U čtvrtého ročníku správně zodpovědělo tuto otázku 65 % studentů.

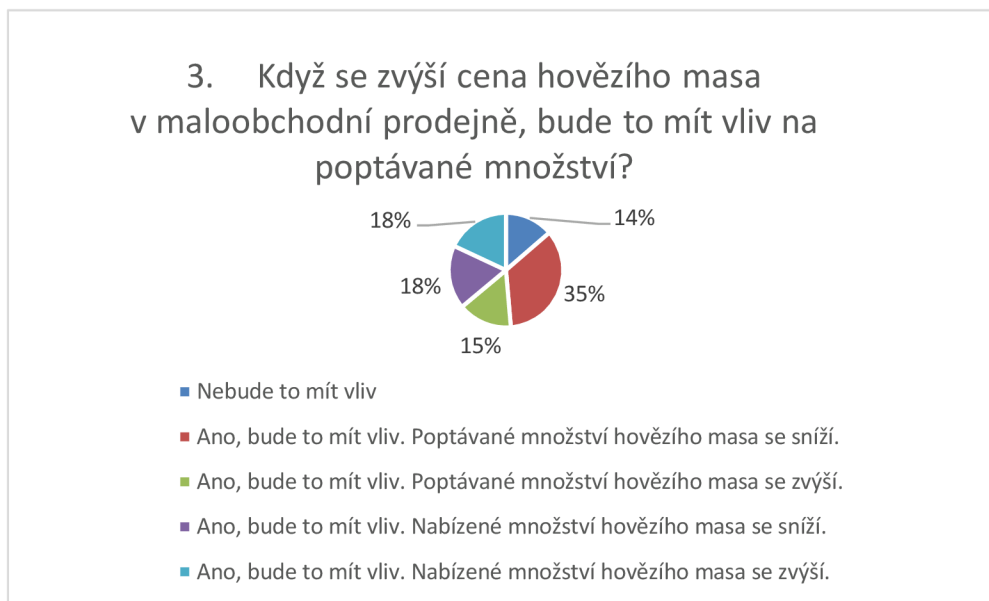
Tabulka 3 Vyhodnocení otázky č. 3 (zdroj: vlastní)

3. Když se zvýší cena hovězího masa v maloobchodní prodejně, bude to mít vliv na poptávané množství?	
Nebude to mít vliv	25
Ano, bude to mít vliv. Poptávané množství hovězího masa se sníží.	64
Ano, bude to mít vliv. Poptávané množství hovězího masa se zvýší.	28
Ano, bude to mít vliv. Nabízené množství hovězího masa se sníží.	33
Ano, bude to mít vliv. Nabízené množství hovězího masa se zvýší.	33

Třetí otázka již spadá do praktického použití teoretických znalostí. Student i kdyby teorii zcela neznal, tak by měl být schopen racionální úvahou dojít k výsledku.

Správnou odpověď zvolilo 35 % studentů. Poměrně velký počet špatných odpovědí u dvou posledních možností značí spíše nepozorné čtení zadané otázky. Vzhledem k tomu, že otázka byla zaměřena na poptávané množství, pak odpovědi logicky nemůže být nabízené množství.

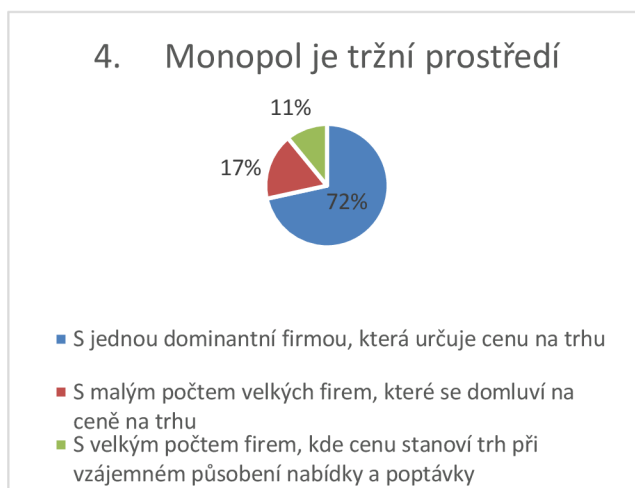
Graf 3 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 3 (zdroj: vlastní)



Tabulka 4 Vyhodnocení otázky č. 4 (zdroj: vlastní)

4. Monopol je tržní prostředí	
S jednou dominantní firmou, která určuje cenu na trhu	131
S malým počtem velkých firem, které se domluví na ceně na trhu	32
S velkým počtem firem, kde cenu stanoví trh při vzájemném působení nabídky a poptávky	20

Graf 4 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 4 (zdroj: vlastní)



U čtvrté otázky je evidentní, že se studenti s pojmem „monopol“ ve svém okolí již setkali. Vzhledem k tomu, že správnou odpověď zvolilo 72 % studentů, a to včetně tří ročníků, které ještě předmět Ekonomie neabsolvovali, je evidentní, že pojem je obecně znám a je znám i jeho význam v širším

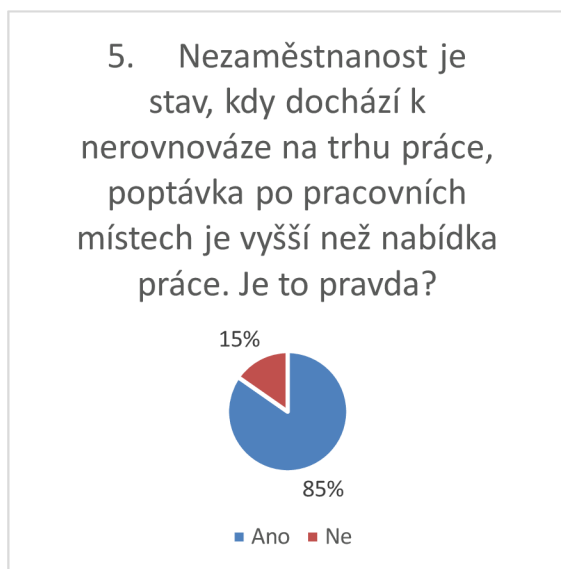
kontextu. Jinými slovy řečeno, studenti vědí, že monopolem je firma, která je na trhu dominantní a určuje cenu ze své nadřazené pozice.

Tabulka 5 Vyhodnocení otázky č. 5 (zdroj: vlastní)

5. Nezaměstnanost je stav, kdy dochází k nerovnováze na trhu práce, poptávka po pracovních místech je vyšší než nabídka práce. Je to pravda?

Ano	155
Ne	28

Graf 5 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 5 (zdroj: vlastní)



I u otázky č. 5 je evidentní, že pojem nezaměstnanost studenti znají. Není velký rozdíl mezi odpověďmi jednotlivých ročníků. Výsledek je jednoznačný. Správnou odpověď zvolilo 85 % studentů.

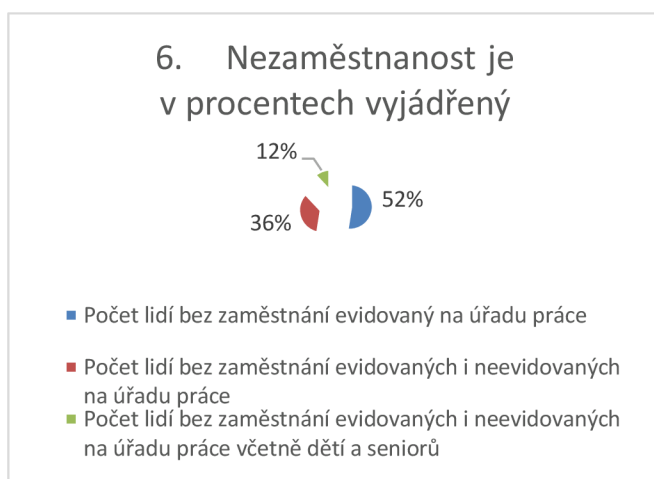
Jednoznačnost v odpovědi lze přisoudit i jednoduchosti této otázky, která více méně testovala pouze znalost, resp. neznalost pojmu „nezaměstnanost“. Otázka má jen dvě možnosti, které

studenti mohli zvolit. I proto byla na toto téma položena ještě otázka č. 6, která již tak jednoznačně nevyšla.

Tabulka 6 Vyhodnocení otázky č. 6 (zdroj: vlastní)

6. Nezaměstnanost je v procentech vyjádřený	
Počet lidí bez zaměstnání evidovaný na úřadu práce	96
Počet lidí bez zaměstnání evidovaných i neevidovaných na úřadu práce	65
Počet lidí bez zaměstnání evidovaných i neevidovaných na úřadu práce včetně dětí a seniorů	22

Graf 6 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 6 (zdroj: vlastní)



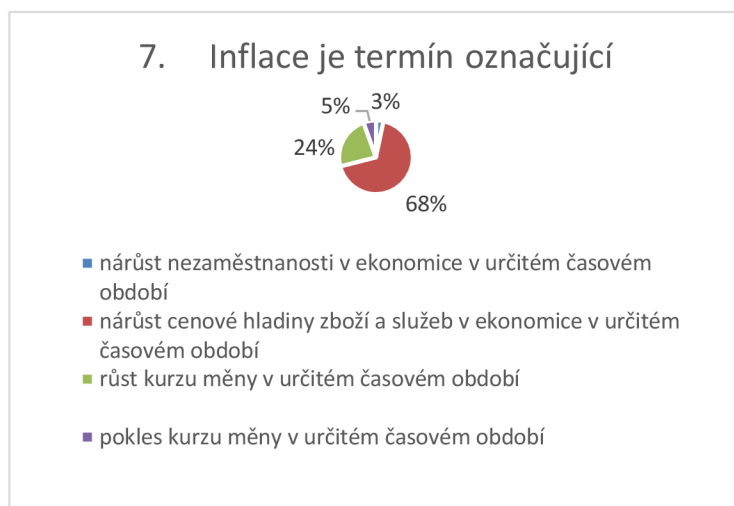
Z otázky č. 6 je zřejmé, že detailnější dotaz na pojem „nezaměstnanost“ již u studentů nevyvolal tak jednoznačnou reakci. I v této otázce šlo postupovat pouze logickou úvahou, resp. vylučovací metodou. Nebyla potřeba znalost definice. I

když tato znalost pomohla studentům čtvrtého ročníku k lehce lepšímu výsledku 72 % správných odpovědí. Pokud se podíváme na výsledek celých čtyřech ročníků, správně odpovídalo pouze 52 %, tedy jen zhruba polovina. Studenti nepřemýšleli evidentně nad faktem, že pokud člověk není evidovaný jako nezaměstnaný, není o něm tedy veden žádný záznam, pak je těžko počítatelný.

Tabulka 7 Vyhodnocení otázky č. 7 (zdroj: vlastní)

7. Inflace je termín označující	
Nárůst nezaměstnanosti v ekonomice v určitém časovém období	6
Nárůst cenové hladiny zboží a služeb v ekonomice v určitém časovém období	124
Růst kurzu měny v určitém časovém období	43
Pokles kurzu měny v určitém časovém období	10

Graf 7 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 7 (zdroj: vlastní)



Další termín, který lze považovat jako známý mezi studenty je „Inflace“. Celkem 68 % studentů, resp. 89 % u čtvrtých ročníků, zodpovědělo správně.

Z grafu vyplývá, že nejčastější chybou byla záměna inflace a

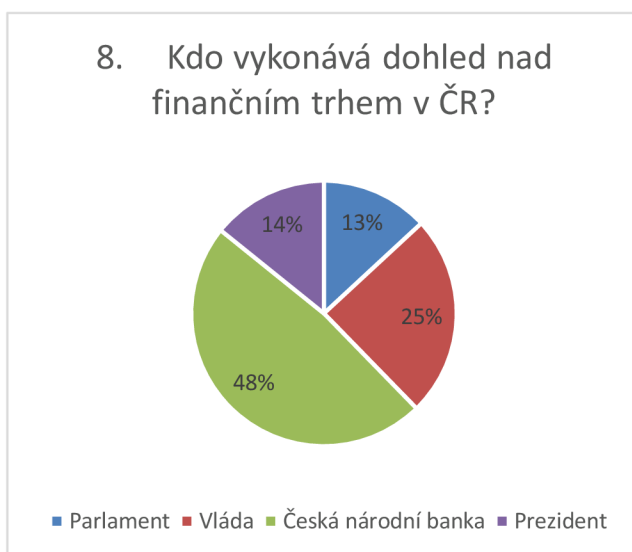
zhodnocení, resp. znehodnocení měny.

Inflaci je možné opět považovat za termín, který je obecně známý, nejedná se o dotaz na teoretické znalosti získané studiem. S pojmem inflace se studenti setkávají v běžném životě, v politických i ekonomických debatách. Hovoří se o něm v současné době i v souvislosti se změnami, kterými ekonomika prochází z důvodu pandemie. Inflace je častým tématem předvolebních debat. Je pravděpodobné, že procento úspěšnosti u této otázky vyplývá právě ze znalosti těchto debat.

Tabulka 8 Vyhodnocení otázky č. 8 (zdroj: vlastní)

8. Kdo vykonává dohled nad finančním trhem v ČR?	
Parlament	24
Vláda	45
Česká národní banka	88
Prezident	26

Graf 8 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 8 (zdroj: vlastní)



U otázky, kdo vykonává dohled nad českým finančním trhem byla úspěšnost odpovědí zhruba padesáti procentní. 48 % studentů odpovědělo správně a zbylá polovina studentů rozptýlila své odpovědi celkem vyrovnaně mezi zbylé tři možnosti. Tato otázka není pouze ekonomickou otázkou. Zde je názorně ukázáno prolínání

předmětů, o kterém hovoří i rámcový vzdělávací program. O funkcích jednotlivých složek moci výkonné a zákonodárné se studenti učí i v jiných předmětech, Dokonce jsou náplní i osnov základních škol. Zde lze procentuální úspěšnost považovat za nedostačující.

Tabulka 9 Vyhodnocení otázky č. 9 (zdroj: vlastní)

9. Ukazatel znázorňující výkonnost ekonomiky se nazývá?	
Míra nezaměstnanosti	21
Míra inflace	22
Ekonomická produktivita	44
Hrubý domácí produkt	96

Z tabulky i grafu k otázce č. 9 je evidentní, že správnou odpověď volilo 52 % studentů. U čtvrtých ročníků to bylo 69 %. I tento termín by měl být obecně známý z bezprostředního okolí studentů. Procento správných odpovědí by mohlo tedy být vyšší při bedlivějším sedování okolního světa. Ukazatel HDP je skloňován v médiích, hovoří

se o něm v ekonomických debatách. Znalost tohoto termínu není vázána na bezpodmínečnou znalost ekonomické teorie.



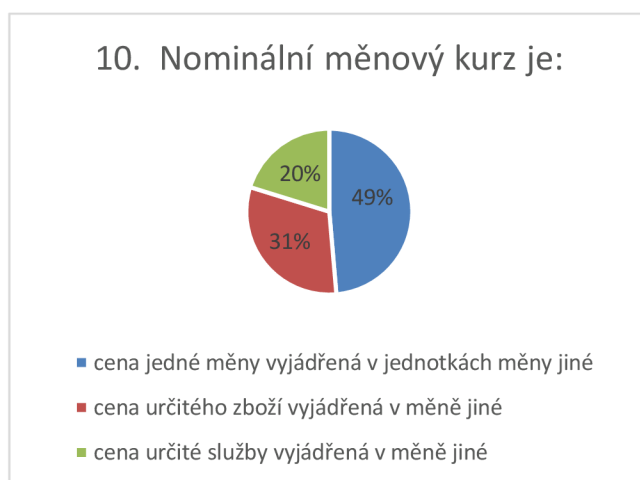
Graf 9 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 9 (zdroj: vlastní)

Z odpovědí studentů patrných z grafu č. 9 je rovněž zřejmé, že nejčastější záměna byla s termínem ekonomická produktivita, což je zcela smyšlený termín, se kterým se v médiích nikdy studenti setkat nemohli.

Tabulka 10 Vyhodnocení otázky č. 10 (zdroj: vlastní)

10. Nominální měnový kurz je:	
cena jedné měny vyjádřená v jednotkách měny jiné	89
cena určitého zboží vyjádřená v měně jiné	57
cena určité služby vyjádřená v měně jiné	37

Graf 10 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 10 (zdroj: vlastní)



Desátá otázka obdobně, jako předchozí byla z necelých 50 % zodpovězena správně. Další dvě odpovědi špatné byly vybrány studenty téměř ve shodném poměru. V této otázce byl sice použit termín ekonomický, nicméně směnný kurz je opět termín, se kterým se studenti nejednou setkali ve svém osobním

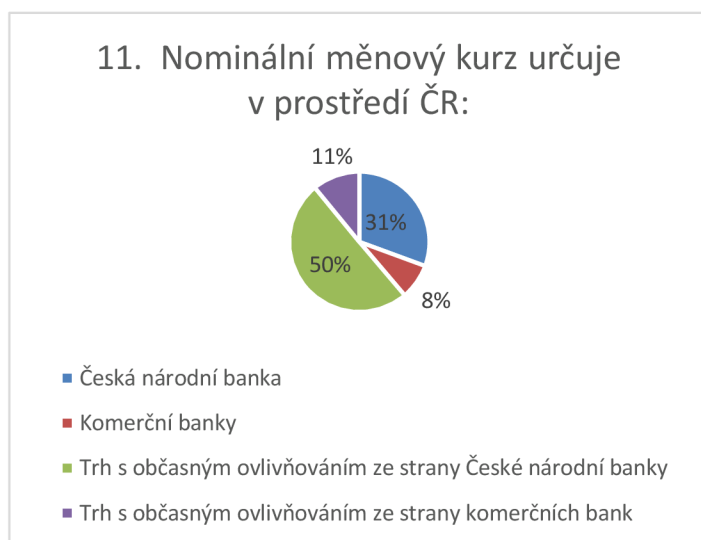
životě. Záměrně bylo upuštěno od dotazu, kde by bylo zkoumáno povědomí o rozdílu

mezi reálným a nominálním měnovým kurzem, protože toto by mohlo studenty mást a takto položená otázka by mohla být zbytečně těžká pro studenty gymnázií. Bohužel ani obecný dotaz na měnový kurz nedosáhl příliš velkého počtu správných odpovědí. V tomto dotazu byl průměr ročníků srovnatelný, nelze tedy ani říci, že by čtvrté ročníky s kompletní přípravou k maturitní zkoušce a probranou teorií z ekonomie, dosáhly lepších výsledků.

Tabulka 11 Vyhodnocení otázky č. 11 (zdroj: vlastní)

11. Nominální měnový kurz určuje v prostředí ČR:	
Česká národní banka	56
Komerční banky	15
Trh s občasným ovlivňováním ze strany České národní banky	92
Trh s občasným ovlivňováním ze strany komerčních bank	20

Graf 11 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 11 (zdroj: vlastní)



V poslední uzavřené otázce se rozvíjí znalost předešlé otázky a zároveň povědomí o fungování českého finančního trhu. Otázka sice v době průzkumu nebyla aktuální, aktuální se stala až po letních prázdninách, kdy ČNB dvakrát intervenovala a zvýšila uměle úrokovou míru, což mělo za

následek i nepřímé ovlivnění měnového kurzu. Tyto zásahy ČNB byly velmi často řešeny v médiích, byly řešeny i jejich dopady a důvody, které k tomu centrální banku vedly. Proto je možné se domnívat, že výsledek této otázky by byl nyní lepší ve prospěch správných odpovědí.

4.4 OTEVŘENÉ OTÁZKY

V dotazníku byly jako doplněk použity dvě otevřené otázky, aby mohlo být vyhodnoceno samostatné uvažování a vyjádření těchto úvah přímo samotnými studenty.

Otázky byly zaměřeny na konkrétní současnou problematiku, která se řešila všude kolem nás.

Vyhodnocení otevřených otázek není tak jednoduché, jako vyhodnocení otázek uzavřených. U některých studentů byla odpověď stručná, někteří se na dané téma rozepsali více. Vesměs lze ale tvrdit, že otázky byly zodpovězeny správně. Téměř nikdo, až na několik výjimek či nezodpovězených otázek vůbec, všichni odpovídali k tématu. Nestalo se tedy, že by došlo k neporozumění otázky. Z odpovědí je zřejmé, že téma je velice aktuální a že bylo diskutováno v úzkém okolí studentů nejen v médiích či na sociálních sítích. Covid a jeho dopad je evidentně tématem i z ekonomického hlediska přitažlivým a studenti na dotazy k tomuto tématu reagovali pohotově.

Otázky byly položeny následující:

- Jaký vliv mělo uzavření restaurací v době pandemie na majitele těchto zařízení?

Příklady odpovědí:

„Velmi špatný, velká část musela svůj podnik uzavřít.“

„Špatný, uzavření restaurací.“

- Jaký vliv mělo uzavření restaurací v době pandemie na státní příjmy?

Příklady odpovědí:

„Došlo k jejich poklesu.“

„Stát nevybral daně.“

4.5 CELKOVÉ ZHODNOCENÍ UZAVŘENÝCH OTÁZEK

Z následující tabulky je možné vidět souhrnná data zobrazující vyhodnocení dotazníkového šetření na Gymnáziu Ludka Pika v Plzni.

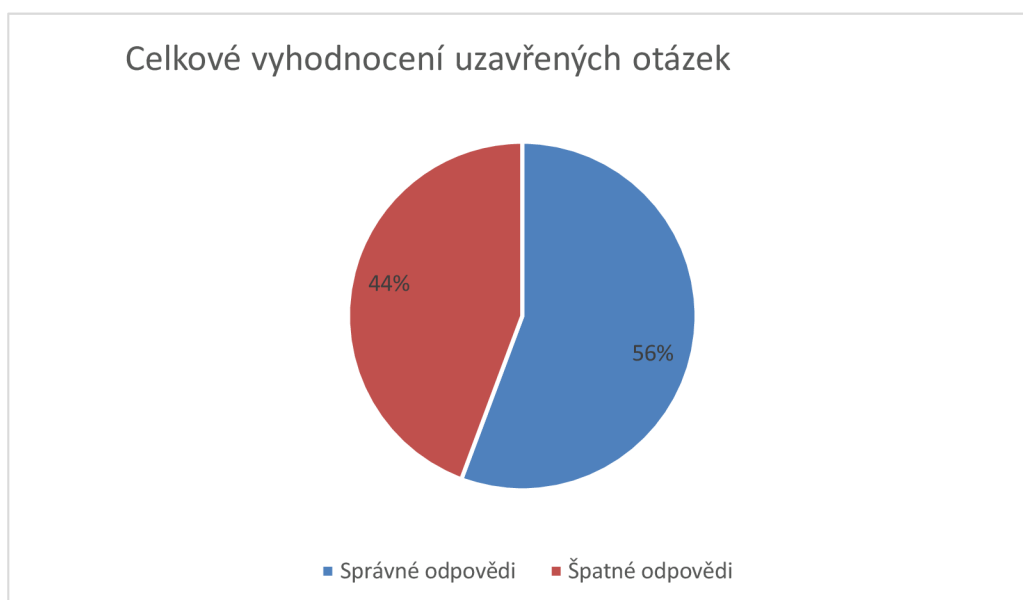
Tabulka 12 Celkové vyhodnocení uzavřených otázek (zdroj: vlastní)

Celkové vyhodnocení uzavřených otázek	
Správné odpovědi	1121
Špatné odpovědi	892
Celkem odpovědí	2013
Celkový počet otázek	11
Celkový počet respondentů, resp. odpovídajících studentů	183

Z grafu č. 12 i tabulky č. 12 je zřejmé vyhodnocení uzavřených otázek. Uzavřené otázky lze hodnotit použitím statistických metod, čehož bylo využito i v této práci.

Z grafu je zřejmé, že správné odpovědi studenti volili v 56 % případů. Výsledek, kdy je něco přes polovinu odpovědí správných lze hodnotit pozitivně. Studenti do reálného světa teprve vstupují a spousta z nich se s některými termíny teprve setká v průběhu studia. U studentů čtvrtých ročníků bylo procento úspěšného zodpovězení otázek 67 %, což značí, že probrání učiva a zvládnutí teoretického základu je prospěšné pro zodpovídání praktických dotazů.

Graf 12 Grafické znázornění celkového vyhodnocení dotazníku



Bezesporu by mohly být výsledky ještě lepší, pokud by studenti více sledovali okolní realitu. A rovněž by mohly být výsledky lepší, kdyby ekonomické vzdělání patřilo k základnějšímu vzdělání již v nižších ročnících.

Co se týče stanovené hypotézy. Byla potvrzena jen z části. Určitě nelze tvrdit, že by studenti neuměli použít teoretické znalosti v praktických otázkách. Polovina studentů vyvrací stanovenou hypotézu. Menší polovina ji však potvrzuje. Pokud ale hodnotíme čtvrté maturitní třídy, pak kombinace dosažených teoretických znalostí a praktických dotazů, je ta správná cesta. Studenti, kteří mají probraný teoretický základ, jsou schopni daleko lépe reagovat na praktické otázky.

ZÁVĚR

Ekonomické vzdělání je důležité nejen pro gymnazisty. Základy podnikové ekonomiky a ekonomické teorie by měly mít všichni. Ne proto, že by to byl nejdůležitější předmět ze všech, ale kvůli zajištění ekonomické gramotnosti obyvatel. Lidé by pak dokázali lépe hodnotit ekonomické dění jak ve státě, jehož jsou občany, v obci, kde žijí, či v zaměstnání. Byli by schopni jako podnikatelé či osoby samostatně výdělečně činné lépe vyhodnocovat situaci, ve které se jejich podnikání zrovna nachází. Velké společnosti na taková hodnocení mají pracovníky, někdy celý tým pracovníků s příslušným vysokoškolským vzděláním. Samostatní podnikatelé si musí vystačit se svými znalostmi. A vzhledem k tomu, že naše ekonomika stojí na drobných a středních podnicích, tedy podnicích, které nemají na to, aby měli speciální pozici ekonoma či krizového manažera, měli by tito podnikatelé být příslušně vzděláni. Určitě to neznamena, že by všichni měli mít ekonomické vysokoškolské vzdělání, ale základy by bylo jistě dobré do povinného vzdělání zařadit.

Průzkum navíc prokázal, že pokud studenti mají určitou znalost teorie, pak jsou lepší v praktických úvahách. To je cílem vzdělání obecně, aby žáci základních, středních i vysokých škol uměli své teoretické znalosti získané studiem zúročit v praktickém profesním životě. Proto je vzdělávací systém postaven jako pyramida, aby základní znalosti z různých oborů dostali všichni a směrem k vyššímu vzdělání se záběr zužuje do užší a užší specializace, která se má stát studentovou odbornou specializací v jeho profesním životě. Otázkou je, zda ekonomika, resp. ekonomie a její úplné základy nepatří rovněž do základního všeobecného vzdělání.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

HENDL Jan. Kvalitativní výzkum: Základy metody a aplikace. Portál, Praha 2005. ISBN 80-7367-040-2

KOTLER Philip a kol., Moderní marketing. Grada, Praha 2007. ISBN 978-80-247-1545-2

KOTLER P., KELLER K. L. Marketing management. 4.vydání. Praha: Grada, 2013. ISBN-978-80-247-4150-5

KOZEL R., MYNÁŘOVÁ L., SVOBODOVÁ H. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Grada, Praha 2011. ISBN-978-80-247-3527-6

SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W.D. Ekonomie, 2. vydání. Praha: Nakladatelství Svoboda 1995. ISBN-80-205-0494-X

SYNEK, M., KISLINGEROVÁ, E. a kol. Podniková ekonomika. 5. přepracované a doplněné vydání. Praha: C.H.Beck, 2010

Seznam použitých zahraničních zdrojů

MAJUMDAR, Ramanuj. Marketing research: text, applications and case studies. New Delhi: New Age International, 1991. ISBN-978-81-224-0338-1

Seznam použitých internetových zdrojů

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Rámcové vzdělávací programy. © 2020. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/>

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Rámcové vzdělávací program pro gymnázia. © 2020. Dostupné z: https://www.edu.cz/wp-content/uploads/2020/08/RVPG-2007-07_final.pdf

STEM/MARK. Co je výzkum. © 2020 Dostupné z: <https://www.stemmark.cz/vyzkum-je-dialog/>

Wikisofia. Kvalitativní a kvantitativní výzkum, vzájemné porovnání. © 2013. Dostupné z:

https://wikisofia.cz/wiki/3._Kvalitativn%C3%AD_a_kvantitativn%C3%AD_v%C3%BDzkum,_vz%C3%A1jemn%C3%A9_porovn%C3%A1n%C3%AD

GYMNÁZIUM LUŽKA PIKA. © 2021. Dostupné z:

<https://www.gop.pilsedu.cz/zakladni-informace>

Statutární město Plzeň. Výstava připomíná 80 let budovy Gymnázia Lužka Pika. © 2021. Dostupné z: https://www.plzen.eu/o-meste/multimedia/fotogalerie/udalosti/galid_1350/vystava-pripomina-80-let-budovy-gymnazia-ludka-pika.aspx

PamátkoPin. Gymnázium Lužka Pika v Plzni-Doubravce. Copyright © FPE ZČU Dostupné z: <https://www.pamatkopin.cz/pamatky/pamatka/443-plzensky-kraj/okres-plzen-mesto/plzen-doubravka/2063-gymnazium-ludka-pika-v-plzni-doubravce>

Univerzita Pardubice. Gymnázium Lužka Pika. © 2021 Dostupné z:

<https://www.upce.cz/celostatni-prehliidka-soc-plzen-13-1562014>

Fakulta sportovních studií Masarykovy univerzity. Metody výzkumu. ISBN 978-80-210-5964-1 Dostupné z: <https://www.fsps.muni.cz/emuni/data/reader/book-8/04.html>

Rámcový vzdělávací program pro gymnázia. Copyright © 2020 Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, dostupné z: https://www.edu.cz/wp-content/uploads/2020/08/RVPG-2007-07_final.pdf

Dotazník on-line. Typy otázek v dotazníku. Copyright © 2007. Dostupné z:

<http://www.dotaznik-online.cz/otazky-dotazniku.htm>

Obec Tuhaň. Dotazník z posledního čísla Tuhaňského občasníku. Publikováno: 20.3.2018. Dostupné z: <https://www.tuhan.cz/aktuality/dotaznik-z-posledniho-cisla-tuhanskeho-obcasniku-ke-stazeni>

Materiály Křištof. Ekonomie jako věda. Jiří Křištof 2017 – 2019. Dostupné z:
<http://materialy-kristof.wz.cz/zsv/obsah/odkazy/ekonomieveda.html>

Gymnázium Milevsko. Ekonomika a finance II. Tržní mechanismus. © 2012. Dostupné
z: http://gymnazium1.milevsko.cz/dokumenty/ekf2/trh/trzni_mechanismus.html

SEZNAM ZKRATEK

ČNB	Česká národní banka
D	Demand = poptávka
E	Equilibrium = rovnováha
HDP	Hrubý domácí produkt
NVP	Národní program vzdělávání
P	Price = cena
Q	Quantity = množství
RVP	Rámcový vzdělávací program
RVP G	Rámcový vzdělávací program pro gymnázia
S	Supply = nabídka
ŠVP	Školní vzdělávací program

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek 1 Hospodářský cyklus	11
Obrázek 2 Tržní rovnováha	13
Obrázek 3 Příklad dotazníku s využitím polootevřených otázek	20
Obrázek 4 Gymnázium Lud'ka Pika Plzeň	21

Seznam tabulek

Tabulka 1 Vyhodnocení otázky č. 1 (zdroj: vlastní)	24
Tabulka 2 Vyhodnocení otázky č. 2 (zdroj: vlastní)	25
Tabulka 3 Vyhodnocení otázky č. 3 (zdroj: vlastní)	25
Tabulka 4 Vyhodnocení otázky č. 4 (zdroj: vlastní)	26
Tabulka 5 Vyhodnocení otázky č. 5 (zdroj: vlastní)	26
Tabulka 6 Vyhodnocení otázky č. 6 (zdroj: vlastní)	27
Tabulka 7 Vyhodnocení otázky č. 7 (zdroj: vlastní)	28
Tabulka 8 Vyhodnocení otázky č. 8 (zdroj: vlastní)	29
Tabulka 9 Vyhodnocení otázky č. 9 (zdroj: vlastní)	29
Tabulka 10 Vyhodnocení otázky č. 10 (zdroj: vlastní)	30
Tabulka 11 Vyhodnocení otázky č. 11 (zdroj: vlastní)	31
Tabulka 12 Celkové vyhodnocení uzavřených otázek (zdroj: vlastní)	32

Seznam grafů

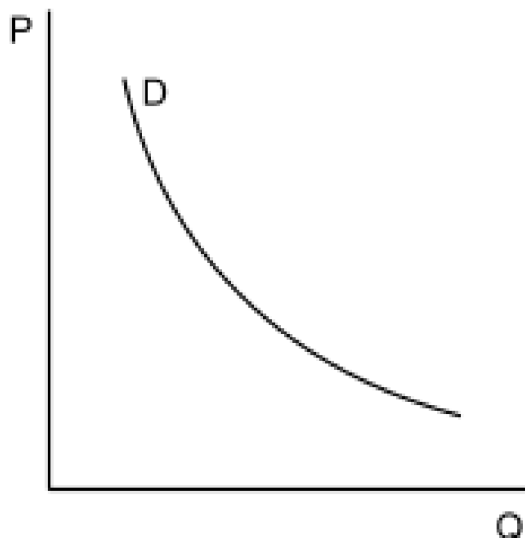
Graf 1 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 1 (zdroj: vlastní)	24
Graf 2 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 2 (zdroj: vlastní)	25
Graf 3 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 3 (zdroj: vlastní)	26
Graf 4 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 4 (zdroj: vlastní)	26
Graf 5 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 5 (zdroj: vlastní)	27
Graf 6 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 6 (zdroj: vlastní)	27
Graf 7 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 7 (zdroj: vlastní)	28
Graf 8 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 8 (zdroj: vlastní)	29
Graf 9 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 9 (zdroj: vlastní)	30
Graf 10 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 10 (zdroj: vlastní)	30
Graf 11 Grafické znázornění výsledků u otázky č. 11 (zdroj: vlastní)	31
Graf 12 Grafické znázornění celkového vyhodnocení dotazníku	33

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Dotazník.....	I
----------------------------------	----------

Dotazník

A. Zaškrtněte správnou odpověď (pouze jedna odpověď je správně):



1. Graf zobrazuje křivku:

- Nabídky
- Poptávky
- Ceny
- Nabídky i poptávky

2. „P“ v grafu značí:

- Poptávku
- Cenu
- Množství
- Nabídku

3. Když se zvýší cena hovězího masa v maloobchodní prodejně, bude to mít vliv na poptávané množství?

- Nebude to mít vliv
- Ano, bude to mít vliv. Poptávané množství hovězího masa se sníží.
- Ano, bude to mít vliv. Poptávané množství hovězího masa se zvýší.
- Ano, bude to mít vliv. Nabízené množství hovězího masa se sníží.
- Ano, bude to mít vliv. Nabízené množství hovězího masa se zvýší.

4. Monopol je tržní prostředí

- S jednou dominantní firmou, která určuje cenu na trhu
- S malým počtem velkých firem, které se domluví na ceně na trhu
- S velkým počtem firem, kde cenu stanoví trh při vzájemném působení nabídky a poptávky

5. Nezaměstnanost je stav, kdy dochází k nerovnováze na trhu práce, poptávka po pracovních místech je vyšší než nabídka práce. Je to pravda?

- Ano
- Ne

6. Nezaměstnanost je v procentech vyjádřený

- Počet lidí bez zaměstnání evidovaný na úřadu práce
- Počet lidí bez zaměstnání evidovaných i neevidovaných na úřadu práce
- Počet lidí bez zaměstnání evidovaných i neevidovaných na úřadu práce včetně dětí a seniorů

7. Inlace je termín označující
- nárůst nezaměstnanosti v ekonomice v určitém časovém období
 - nárůst cenové hladiny zboží a služeb v ekonomice v určitém časovém období
 - růst kurzu měny v určitém časovém období
 - pokles kurzu měny v určitém časovém období
8. Kdo vykonává dohled nad finančním trhem v ČR?
- Parlament
 - Vláda
 - Česká národní banka
 - Prezident
9. Ukazatel znázorňující výkonnost ekonomiky se nazývá?
- Míra nezaměstnanosti
 - Míra inflace
 - Ekonomická produktivita
 - Hrubý domácí produkt
10. Nominální měnový kurz je:
- cena jedné měny vyjádřená v jednotkách měny jiné
 - cena určitého zboží vyjádřená v měně jiné
 - cena určité služby vyjádřená v měně jiné
11. Nominální měnový kurz určuje v prostředí ČR:
- Česká národní banka
 - Komerční banky
 - Trh s občasným ovlivňováním ze strany České národní banky
 - Trh s občasným ovlivňováním ze strany komerčních bank

B. Stručně odpovězte

12. Jaký vliv mělo uzavření restaurací v době pandemie na majitele těchto zařízení?

13. Jaký vliv mělo uzavření restaurací v době pandemie na státní příjmy?

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Gabriela Pons Baena

Název kurzu: Celoživotní vzdělávání (CŽV)

Název práce: Ekonomické povědomí u žáků gymnázia

Rok: 2021

Počet stran textu bez příloh: 29

Celkový počet stran příloh: 2

Počet titulů českých použitých zdrojů: 6

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 1

Počet internetových zdrojů: 14

Počet ostatních zdrojů: 0