

**Univerzita Karlova**

**Fakulta tělesné výchovy a sportu**

**Katedra kinantropologie, humanitních věd a managementu sportu**



**Bakalářská práce**

**Marketingový výzkum soukromé střední školy se zaměřením na výuku sportovního managementu**

**Vedoucí práce: Mgr. Jan Šíma**  
**Vypracoval: Lukáš Kotrba**

**Praha 2011**

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá spokojeností studentů soukromé střední školy G.A.P. education s výukou v oboru Ekonomika a podnikání se zaměřením na management sportovních klubů a obchodních firem. Cílem práce je zjistit spokojenost studentů této školy s poskytovanými službami, v závislosti na jejich očekávání. Práce se opírá o teorii související s daným tématem a na základě teoretických poznatků je jako vhodný nástroj zjišťování spokojenosti použit marketingový výzkum, založený na metodě dotazníkového šetření. Otázky jsou koncipovány ze dvou hledisek, z hlediska důležitosti jednotlivých faktorů a z hlediska spokojenosti s ním. Pro přehlednost jsou výsledky jednotlivých otázek dotazníku uvedeny pomocí grafů a jejich interpretace a na základě výsledků jsou vytvořeny závěry s doporučujícími prvky možných vylepšení.

## **Klíčová slova**

Vzdělávací soustava, služby, spokojenost, spokojenost studentů, marketingový výzkum

## **Abstract**

This bachelor thesis is about satisfaction of students from private high school G.A.P. education studies Economic and bussines, specialized on management of sport clubs and companies. Goal of the thesis is to find satisfaction of students with school's services depending on student's expectations. The thesis is partly based on theory related with given theme and on the base of theoretic knowledge we are using marketing research based on questionnaire survey method as a useful tool for satisfaction recognition. The questions are drawn from two points of view; first aspect is importance of particular elements and the second aspect is satisfaction with those. For the clarity, the results of the survey questions are presented through graphs. On base of results there are made conclusions with suggestions for possible improvement.

## **Key words**

Education system, services, satisfaction, satisfaction of students, marketing research

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil pouze uvedené informační zdroje a literaturu.

V Praze dne 8. 4. 2011

.....

**Poděkování:**

Rád bych touto cestou poděkoval Mgr. Janu Šimovi za odborné vedení při psaní bakalářské práce a také za jeho ochotu konzultovat přípravu marketingového výzkumu i mimo fakultu v době jeho volného času. Také bych rád poděkoval svému spolužákovi, Vilému Omcirkovi, za hodnotné rady, které mi velmi pomohly při práci na výzkumu.

# Obsah

1	ÚVOD .....	7
2	CÍLE A ÚKOLY PRÁCE .....	8
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....	9
3.1	Vzdělávací soustava ČR .....	9
3.2	Charakteristika služeb .....	12
3.3	Spokojenost .....	13
3.3.1	Zjištění spokojenosti žáků a studentů .....	14
3.3.2	Zvyšování spokojenosti žáků a studentů .....	15
3.4	Marketingový výzkum .....	16
4	METODOLOGIE PRÁCE .....	18
4.1	Kvalitativní a kvantitativní výzkum .....	18
4.2	Proces marketingového výzkumu .....	19
4.2.1	Určení cíle výzkumu .....	20
4.2.2	Zdroje dat .....	20
4.2.3	Metody a techniky sběru dat .....	21
4.2.4	Určení velikosti vzorku .....	23
4.2.5	Sběr dat .....	23
4.2.6	Zpracování a analýza dat .....	24
4.2.7	Zpracování a prezentace závěrečné zprávy .....	24
4.3	Tvorba dotazníku .....	25
5	ANALYTICKÁ ČÁST .....	27
5.1	Představení školy .....	27
5.2	Prezentace jednotlivých výsledků .....	30
5.3	Ověření hypotéz .....	59
6	DISKUZE .....	61
7	ZÁVĚR A DOPORUČENÍ .....	62
	POUŽITÁ LITERATURA A INTERNETOVÉ ZDROJE .....	65
	PŘÍLOHY .....	67

# 1 ÚVOD

„Škola základ života“, tak zní název jednoho starého českého filmu, který se stal klasikou. Pro každého člověka, a i pro společnost, je vzdělání bráno jako významný prvek lidského života. Hodnotu každého člověka zvyšuje jeho nejvyšší dosažené vzdělání, a i úroveň země je často hodnocena podle úrovně vzdělanosti její společnosti.

Dle Listiny základních práv a svobod má každý právo na vzdělání. Základní vzdělání je povinné a bezplatné. Bezplatně je možné se vzdělávat i na středních a také na vysokých školách, je ale také možné studovat na soukromých školách, kde je vzdělání za úplatu.

Míra účasti na středoškolské úrovni vzdělávání je v České republice stabilně vysoká, od roku 2003/04 došlo dokonce k jejímu dalšímu zvýšení. Jelikož míra účasti na vzdělávání mimo jiné předesílá, jak se bude měnit kvalita lidských zdrojů na trhu práce, je třeba ji ze strany státu i regionů, popř. soukromých subjektů trvale posilovat, zejména pak dostatečně širokou nabídkou středoškolských vzdělávacích oborů.

Minimálně středoškolské vzdělání se v dnešní době stává takřka nezbytností pro uplatnění na trhu práce. Nabídka středních škol je v současné době dostatečná a zájemci o středoškolské studium si mohou vybrat ze širokého spektra škol. Často je tato volba klíčová pro jeho budoucí život. Problém mnohdy nastává při nástupu do nové školy, kdy studentovy představy a očekávání nejsou naplněny. Pokud je rozdíl mezi představou studenta a skutečným vnímáním školy příliš velký, dochází u studujícího často ke zklamání, někdy až ke ztrátě motivace, co se týká budoucího studia.

Pro svoji bakalářskou práci jsem si vybral soukromou střední školu, konkrétní zaměření na obor sportovní management. Jedním z důvodů, proč jsem si vybral tuto školu, je obor, který se ztotožňuje s oborem, který studuji zde na FTVS. Ve své bakalářské práci bych chtěl pomoci vedení soukromé střední školy G.A.P. education – střední škola s.r.o. analyzovat spokojenost studentů oboru Ekonomika a podnikání se zaměřením na management sportovních klubů a obchodních firem prostřednictvím marketingového výzkumu.

## 2 CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

Cílem této bakalářská práce je zjistit spokojenost studentů studující na střední škole G.A.P. education s výukou v oboru Ekonomika a podnikání se zaměřením na management sportovních klubů a obchodních firem s poskytovanými službami.

### **Stanovené hypotézy:**

- 1) Odborné znalosti vyučujících bude považovat alespoň 75% studentů za velmi důležité.
- 2) Více než polovina studentů bude považovat poměr teoretické a praktické výuky za špatnou nebo velmi špatnou.
- 3) Alespoň 75% studentů bude považovat rozvrh vyučovacích hodin za přinejmenším důležitý.
- 4) Pro většinu studentů bude velmi důležitý jak přístup učitelů, tak i ochota pomoci ze strany vedení školy.
- 5) Většinu poskytovaných služeb budou studenti hodnotit pozitivně.

### **Cíle se člení do následujících úkolů:**

- Analýza sekundárních dat a jejich zpracování
- Vytvoření dotazníku
- Pilotáž dotazníku
- Sběr primárních dat
- Analýza dat
- Zpracování a interpretace výsledků z marketingového výzkumu
- Testování hypotéz
- Návrhy na řešení

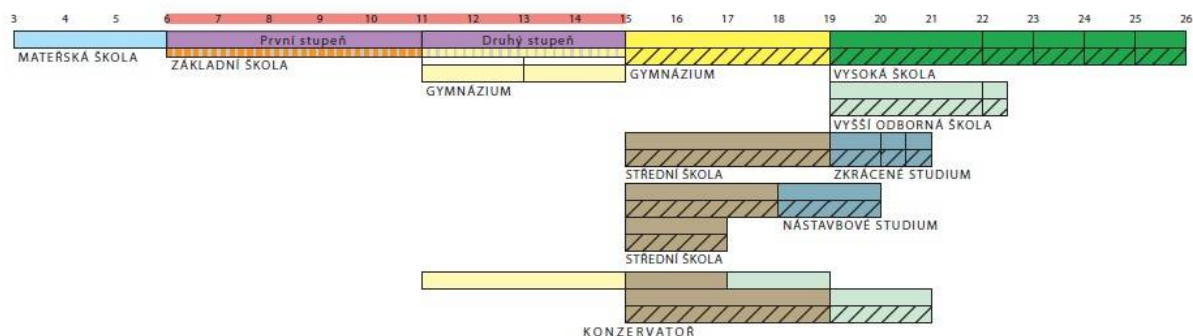


## 3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

### 3.1 Vzdělávací soustava ČR

Vzdělávací soustava v České republice je značně komplikovaná, a proto je nutné ji dělit. Existují různé metody a klasifikace. Jednou z nich je členění na 4 stupně podle dosaženého stupně vzdělání a podle jeho charakteru (někdy bývají uváděny 3 stupně – bez předškolního vzdělávání).

Obrázek č. 1: Organizace vzdělávací soustavy České republiky



Zdroj: Eurydice [online]. 2009/2010 [cit. 2011-04-05]. Struktury systémů vzdělávání a odborné přípravy v Evropě – Česká republika. Dostupné z WWW:

[http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/eurybase/structures/041\\_CZ\\_CS.pdf](http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/eurybase/structures/041_CZ_CS.pdf).

Vzdělávací soustava: „Označována také jako vzdělávací systém, představuje soubor všech škol, školských zařízení a jiných vzdělávacích institucí, dále jejich pracovníky, materiální a finanční prostředky a legislativní úpravu. Jako celek zajišťuje ve státě realizaci vzdělávání.“ (Průcha, Walterová, Mareš, 2009, str. 367, 368)

Do vzdělávací soustavy jsou řazeny většinou jen školy a školská zařízení. Dle školského zákona se školy člení na mateřské školy, základní školy, střední školy (gymnázia, střední odborné školy, střední odborná učiliště), konzervatoře, vyšší odborné školy, základní umělecké školy, jazykové školy s právem státní jazykové zkoušky.

Školským zařízením se rozumí takové zařízení, které poskytuje služby a vzdělávání, které doplňují nebo podporují vzdělávání ve školách nebo s ním přímo souvisejí. Mezi školská zařízení patří tedy např. různá ubytovací a výchovná zařízení,

stravovací zařízení nebo zařízení pro zájmové a další vzdělávání. Podmínkou výkonu činnosti školy nebo školského zařízení je zápis do školského rejstříku. „*Školský rejstřík je veřejný seznam, který obsahuje rejstřík škol a školských zařízení a rejstřík školských právnických osob.*“ (Zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon). § 141)

Po zápisu do rejstříku škol a školských zařízení vzniká právnické osobě právo poskytovat vzdělávání a zároveň i nárok na přidělování finančních prostředků ze státního rozpočtu nebo z rozpočtu územního samosprávného celku. Rejstřík pro střední školy je veden MŠMT.

Pro usnadnění dělení vznikla mezinárodní stupnice školských systémů ISCED 97 vydaná UNESCO, která člení vzdělávací soustavu na 7 úrovní (úroveň ISCED 0 až ISCED 6). Zde je stručný přehled jednotlivých úrovní.

**Obrázek č. 2: Metodika-Mezinárodní klasifikace vzdělání ISCED 97**

Kód	Úroveň vzdělání	Název úrovně
0	ISCED 0	Preprimární vzdělání
1	ISCED 1	Primární vzdělání
2	ISCED 2	Nižší sekundární vzdělání
3	ISCED 3	Vyšší sekundární vzdělání
4	ISCED 4	Postsekundární neterciární vzdělání
5	ISCED 5	Terciární vzdělání - první stupeň
6	ISCED 6	Terciární vzdělání - druhý stupeň

Zdroj: Český statistický úřad [online]. 15. 4. 2008 [cit. 2011-04-05]. Metodika-Mezinárodní klasifikace vzdělání ISCED 97. Dostupné z WWW:

[http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodika\\_mezinarodni\\_klasifikace\\_vzdelani\\_isced\\_97](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodika_mezinarodni_klasifikace_vzdelani_isced_97).

Úroveň ISCED 0 (preprimární vzdělání) poskytují v České republice zařízení, která splňují tato daná kritéria. Dosažené vzdělání této úrovně se přiznává i obyvatelům, kteří nedokončili ani vzdělání odpovídající 1. stupni základní školy. Programy preprimárního vzdělávání jsou určeny pro děti, kterým jsou alespoň tři roky. Horní věková hranice je určena v každém státu jinak a závisí na věku, kdy jedinec vstupuje do primárního vzdělávání. (v ČR obvykle 6 let).

Úroveň ISCED 1 (primární vzdělání) poskytují v České republice zařízení, která splňují níže uvedená kritéria. Dosažené vzdělání úrovně 1 se přidělí obyvatelům, kteří ukončili alespoň 1. stupeň základní školy, avšak nemusejí mít dokončené základní

vzdělání. Jádrem této úrovně je vzdělávání dětí, jejichž obvyklý vstupní věk není nižší než pět let a vyšší než sedm let. Tato úroveň trvá většinou pět let plné školní docházky.

Úroveň ISCED 2 (nižší sekundární vzdělání) poskytují v České republice zařízení, která splňují níže uvedená kritéria. Dosažené vzdělání úrovně ISCED 2 se přiděluje osobám, které absolvovaly celé základní vzdělání. V zemích, kde je primární vzdělávání součástí základního vzdělávání, patří druhý stupeň základního vzdělávání do úrovně ISCED 2. Pokud není základní vzdělávání oficiálně rozděleno do dvou stupňů, zařazují se na úroveň ISCED 2 ty roky, které následují po 6. ročníku.

Úroveň ISCED 3 začíná obvykle po ukončení běžné povinné školní docházky v těch zemích, kde existuje. Jedná se o studium na středních školách a také učitelé často potřebují vyšší kvalifikaci nebo specializaci než na úrovni ISCED 2. Typický věk vstupu na tuto úroveň je 15 nebo 16 let.

ISCED 4 zahrnuje programy, které jsou z mezinárodního pohledu hraniční mezi vyšším sekundárním a postsekundárním vzděláváním, i když v konkrétní zemi mohou být jasně považovány za vyšší sekundární nebo za postsekundární programy. Programy ISCED 4 nelze, s ohledem na obsah, považovat za programy terciární úrovně vzdělávání. Většinou nemívají výrazně vyšší úroveň než programy úrovně ISCED 3, ale slouží pro rozšiřování znalostí účastníků, kteří již ukončili studium programů úrovně ISCED 3. Patří sem programy určené k přípravě studentů pro studium na úrovni ISCED 5, kteří, ačkoli ukončili úroveň ISCED 3, to znamená základní přípravné kurzy pro studium na vysoké škole, nebo krátké odborné programy. Lze sem rovněž zahrnout také druhé sekundární programy.

Úroveň ISCED 5 zahrnuje rovněž všechny programy vědecké přípravy, které nejsou součástí doktorského studia, jako jsou všechny typy magisterských programů. Tato úroveň je určena pro ty terciární programy vzdělávání, které vedou k udělení diplomu vědeckého stupně. Programy jsou proto věnovány prohloubenému studiu a původnímu výzkumu a nejsou založeny pouze na výuce.

Úroveň ISCED 6 zahrnuje rovněž část vzdělávání zaměřenou na vědeckou přípravu v těch zemích, kde se studenti při vstupu na terciární úroveň zapíší přímo do vědecké přípravy.

## 3.2 Charakteristika služeb

V průběhu posledních třiceti let došlo k velkému rozvoji služeb. Dnes je např. v České republice v sektoru služeb zaměstnáno 55% lidí z celkového počtu zaměstnaných. I střední škola poskytuje služby, konkrétně svým zákazníkům=studentům formou poskytnutí výuky a vzdělávání. Proto je potřeba vymežit si pojem služba. KOTLER A KELLER (2007) definují pojem služba takto:

*„Služba je jakýkoliv akt nebo výkon, který může jedna strana nabídnout jiné straně a který je svojí podstatou nehmotný a nevede ke změně vlastnictví čehokoliv. Příprava služby může, ale nemusí, být spojena s fyzickým výrobkem.“* (Kotler, Keller, 2007. str. 440)

JANEČKOVÁ – VAŠTÍKOVÁ (2001) uvádějí jako základní vlastnosti služeb nehmotnost, neoddělitelnost, heterogenita, zničitelnost a nemožnost vlastnictví.

### Nehmotnost

Zákazník nemůže zhodnotit službu před spotřebou žádným ze smyslů. Jedná se o nejcharakterističtější vlastnost služeb. Nelze si ji před nákupem prohlédnout, ani vyzkoušet. Proto lze hodnotit vlastnosti služeb až po nákupu a spotřebě. V přednákupní fázi jsou zákazníci velmi opatrní a je zde daleko větší riziko než u hmotných statků. Zákazník zde má velmi ztížený výběr mezi poskytovateli stejné služby, protože lze jen velmi těžko najít faktory, na jejichž základě by se daná služba dala porovnávat. Jako základ pro hodnocení kvality používá cenu. Lze sem zařadit např. interiér školy, teplota, vzhled budovy školy, barevnost.

### Neoddělitelnost

Je další charakteristickou vlastností služeb. Znamená, že služba je produkována v zákaznickově přítomnosti. Ten je tedy neoddělitelnou součástí produkce a spolu s poskytovatelem služby se podílí na výsledku. Jsou to např. studenti ve třídě.

### Heterogenita

Heterogenita souvisí především s kvalitou služeb. Samotné chování zákazníků a poskytovatelů nelze předvídat, v případě zákazníků je obzvlášť obtížné stanovit určité normy chování. Heterogenita znamená, že způsob poskytnutí totožné služby ve více případech se bude lišit. Může se lišit např. forma výuky dvou různých vyučujících, a

proto je důležité, aby management stanovil normy chování zaměstnanců a motivoval je k jejich dodržování. Tak lze nejlépe dosáhnout konzistence kvality dané služby.

### **Zničitelnost**

Vyplývá z nehmotnosti služeb. Služby nelze uchovávat, vracet nebo znovu prodávat. Z této vlastnosti plyne pro zákazníka obtížné reklamování služeb. Např. znalosti vyučujícího, které nejsou prodány v daném momentě, nelze schovat na později. Proto je zde důležité využívání kapacit a sladit poptávku s nabídkou.

### **Absence vlastnictví**

Při nákupu služby nepřechází vlastnictví na zákazníka. Kupuje si pouze právo na poskytnutí dané služby. Management musí reagovat zdůrazněním výhod nevlastnění a možnost substituce služeb za zboží a pečlivým výběrem zprostředkovatelů. Např. poskytnutí lekce od vyučujícího.

## **3.3 Spokojenost**

Pro úspěšnost firmy je spokojenost zákazníka rozhodující. NENADÁL (2004) píše, že *„spokojenost zákazníka je souhrnem pocitu vyvolaných rozdílem mezi jeho požadavky a vnímanou realitou na trhu.“* (Nenadál, 2004, str. 64)

KOTLER a KELLER (2007) k tomu dodávají: *„Nedojde-li ke splnění očekávání, zákazník je nespokojen. Předčí-li výrobek nebo služba jeho očekávání, je zákazník vysoce spokojený nebo potěšený.“* (Kotler, Keller, 2007, str. 182)

Samotná spokojenost žáků a studentů je vysoce důležitá. Školy často mají za cíl nabrání dostatečného počtu žáků, avšak po jejich získání již nehledí na jejich uspokojení. To má za následek, že studenti snižují studijní úsilí, neúčastní se výuky a v nejhorším případě opouštějí školu. SVĚTLÍK (1996) také uvádí, že pokud je student nespokojen, může to vést ke sníženému studijnímu úsilí a tím i k horším výsledkům, popřípadě k předčasným odchodům ze školy. Zároveň se však snižuje i image školy. Spokojenost žáků přerůstá rámeček kvality vzdělávacího programu a stává se tak odrazem celkové kvality práce školy.

Podle NOVÉHO a PETZOLDA (2006): *„Spokojenost je však velice těžko objektivně posouditelná, proto se její hodnocení pohybuje na výrazně individuální škále.“*

*Je tedy třeba zamyslet se nad tím, ve vztahu k čemu člověk svojí spokojenost s největší pravděpodobností poměruje. Člověk se rozhoduje na základě emocionálních a racionálních kritérií a sám těžko dokáže rozpoznat, která stránka u něj více převažuje.“* (Nový, Petzold, 2006, str. 63)

### 3.3.1 Zjištění spokojenosti žáků a studentů

Spokojenost studentů a žáků je obtížně měřitelná. Studenti jsou rozdílní ve svých potřebách a přáních a pocit a míra uspokojení u každého z nich může být odlišná. Např. každý z nich může přiřkládat rozdílnou váhu jednotlivým službám, které škola poskytuje. Někteří mohou být zklamáni pro nižší úroveň výuky jazyků, jiní proto, že mají malou možnost sportovního vyžití ve svém volném čase nebo také nevhodným rozvrhem hodin. Druzí naopak mohou být potěšeni vysokým vyžitím v mimoškolních aktivitách.

Takto by se dalo porovnávat mnoho ohledů. SVĚTLÍK (1996) tyto ohledy dělí do dvou skupin a to na nepřímé indicie, podle něj jsou to: *„Poměry žáků, kteří ze školy odešli k počtu přijatých žáků, zvyšování počtu zájemců o služby školy, počet dětí úspěšných absolventů školy, kteří se na školu hlásí atd.“* (Světlík, 1996, str. 275) Tyto nepřímé důkazy mohou však podle SVĚTLÍKA (1996) naznačovat míru celkové spokojenosti žáků, jsou však nedostačující k přesnému vyhodnocení spokojenosti žáků se školou. Pokud například nemá škola na trhu díky svému zaměření či geografické poloze konkurenci, tyto indicie jsou značně zkreslující a nemohou objektivně vyjádřit skutečnou spokojenost žáků se školou. Dokonce i v případech, kdy škola nemá výsadní, monopolní postavení na trhu a spokojenost začíná klesat, může zájem o školu být stále velmi vysoký a počet studentů opouštějící školu nízký. Důvodem je určitá setrvačnost ovlivňující rozhodování. Pokud studentům chybí do konce studia relativně krátká doba, přestup na jinou školu může být z důvodu administrativních, nebo nutnosti vykonání rozdílových zkoušek problematický, mohou vzniknout zvýšené náklady na studium.

Druhou skupinou jsou přímá měření. Potřebné informace může vedení školy získat například pravidelně se opakující panelovou diskuzí se studenty nebo jejich zástupci. Další možností je pohovor nebo dotazník vyplněný čerstvými absolventy školy. V obou případech může vedení školy získat prostřednictvím zpětné vazby velmi

cenné informace týkající se úrovně spokojenosti studentů se situací na škole. Jinou formou může být pravidelně opakované dotazníkové šetření.

*„Otázky dotazníků mohou být zaměřeny buď na celkovou spokojenost žáků nebo studentů se situací na škole, nebo mohou být otázky dotazníku zaměřeny na jednotlivé faktory ovlivňující tuto spokojenost. Respondenti vyjadřují míru své spokojenosti na hodnotící škále od hodnoty „velmi spokojen“ až po „velmi nespokojen“.“ (Světlík, 1996, str. 276)*

Hodnotícím výsledkem je pak například poměr studentů, kteří se vyjádřili neutrálně či pozitivně k těm studentům, kteří naopak zaujali negativní postoj. Pokud převládá procento nespokojených studentů na škole, může to znamenat, že škola se pravděpodobně v blízké budoucnosti může dostat do nesnáží.

Pokud chce vedení školy získat podrobnější informace, může použít strukturovaného dotazníku. Zde jsou respondenti tázáni jednak na spokojenost, ale také jakou váhu přiřkládají jednotlivým faktorům. Výsledky z těchto strukturovaných dotazníků mohou dát škole vhodný návod pro určení priorit dalšího zlepšování kvality školy a zvyšování spokojenosti žáků a studentů.

### 3.3.2 Zvyšování spokojenosti žáků a studentů

Po zjištění spokojenosti studentů a pochopení příčin případné nespokojenosti je na vedení školy, jak na danou situaci zareaguje. Pokud tato opatření nemají být pouhou formální záležitostí, vyžaduje zlepšení stavu často podstatné změny ve vzdělávacím programu, vybavenosti školy, organizaci školy, přístupu ke studentům atd.

*„Tato opatření by se měla týkat již období nábory žáků či studentů a zahájení jejich studia. Pokud se chce vzdělávací instituce vyhnout nespokojenosti z příliš vysokého očekávání, bude její snahou poskytnout zájemcům o studium objektivní a dostatečné informace týkající se studia školy.“ (Světlík, 1996, str. 277,278)*

Efektivní dvoustranná komunikace se žáky a studenty by měla však pokračovat po celou dobu jejich studia. Možnost vyjádřit se ke svým problémům a pocit, že tyto připomínky jsou brány na vědomí a řešeny, zvyšují u studentů pocit spokojenosti se studiem na škole.

Další možností zvyšování spokojenosti studentů je věnovat zvýšenou péči žákům prvních ročníků, čili nově přijatých. Tyto první dojmy jsou většinou velmi silné

a mohou ovlivnit názor na školu i na mnohem delší dobu. Proto by se měly žákům přesně vysvětlit věci týkající se organizace a uspořádání školy, rozvrhu hodin a veškeré náležitosti, postupy a zvyky související s fungováním školy.

Změna školy, vyšší studijní zátěž, jiná organizace studia kladou na žáky při přechodu na vyšší stupeň vysoké nároky, se kterými se někteří z nich nedovedou vypořádat. „*Proto je vysoce důležitý přístup třídního učitele, nebo vypracovaný kvalitní poradenský systém, který je ihned zpočátku schopen žákům či studentům, kteří situaci nezvládají, pomoci.*“ (Světlík, 1996, str. 278)

### **3.4 Marketingový výzkum**

V posledních letech dochází v marketingovém prostředí k řadě radikálních změn v důsledku mnoha celospolečenských změn, jako je rozvoj technologií, globalizace a deregulace. Díky těmto změnám musí manažeři neustále přizpůsobovat marketingovou strategii novým podmínkám. Zákazníci jsou stále náročnější. Aby firma v tomto vysoce konkurenčním prostředí uspěla, musí se toto chování zákazníků snažit pochopit a vynakládat investice do marketingového výzkumu.

KOTLER a KELLER (2007) definují marketingový výzkum jako „*systematické plánování, shromažďování, analyzování a hlášení údajů a zjištění jejich důležitosti pro specifickou marketingovou situaci, před níž se firma ocitla.*“ (Kotler, Keller, 2007, str. 140)

KOZEL (2006) tvrdí, že každý autor používá různé definice marketingového výzkumu a obsahu celého významného výzkumného procesu. Rozdíly mezi nimi spatřují především v hloubce členění jednotlivých fází výzkumného procesu, přičemž se všichni autoři shodují na logické návaznosti jednotlivých stádií a zároveň uznávají, že sice jednotlivé výzkumy mají více či méně odlišný průběh, ale lze provést určité zobecnění.

PŘIBOVÁ (1996) zmiňuje, že „*marketingový výzkum je součástí procesu marketingového řízení podniku. Bez vazby na ostatní marketingové činnosti, prostřednictvím kterých jsou realizovány jeho výsledky, by neměl smysl, ale platí to i opačně; bez marketingového výzkumu si nelze představit úspěšné marketingové řízení.*“ (Přibová, 1996, str. 11)



Hlavními charakteristikami pro marketingový výzkum jsou na jednu stranu jedinečnost, vysoká vypovídací schopnost a aktuálnost získaných informací. Naopak na druhé straně je vysoká finanční náročnost získání těchto informací, dále vysoká náročnost na kvalifikaci pracovníků, čas a použité metody.

V praxi je často zaměňován marketingový výzkum a výzkum trhu. Výzkumem trhu se rozumí „*systematické shromažďování, zaznamenávání a analýza dat se zřetelem na určitý trh, kde trhem je míněna specifická skupina zákazníků ve specifické geografické oblasti.*“ (Příbová, 1996, str. 13) Lze vidět, že mezi uvedenými pojmy je rozdíl, který vychází z rozdílného úhlu pohledu.

Marketingový výzkum zahrnuje několik základních typů výzkumu, které se odlišují především hlavní oblastí zkoumání. Hlavními typy jsou: celková analýza trhu, výzkum konečného spotřebitele, výzkum průmyslového trhu, výzkum konkurence, výrobní výzkum, výzkum reklamy, výzkum prodeje, prognostický výzkum, výzkum image a výzkum zahraničních trhů.

## 4 METODOLOGIE PRÁCE

### 4.1 Kvalitativní a kvantitativní výzkum

Výzkumy dělíme dle jejich charakteru na kvantitativní a kvalitativní. Hlavní rozdíl, jimž se kvalitativní výzkum odlišuje od výzkumu kvantitativního, spočívá v tom, že se jeho výsledky nedosahují statistickými procedurami ani žádnými jinými způsoby kvantifikace. Cílem kvalitativního výzkumu je vytváření nových hypotéz, nového porozumění, vytváření teorie. Cílem kvantitativního výzkumu je testování hypotéz.

DISMAN (2002) píše, že v kvantitativním výzkumu máme omezený rozsah informace o velice mnoha jedincích. Dochází k silné redukci počtu pozorovaných proměnných a k silné redukci počtu sledovaných vztahů mezi těmito proměnnými.

Obrázek č. 3 : Shrnutí hlavních rozdílů mezi kvantitativním a kvalitativním výzkumem

<b>Kvantitativní</b>	<b>Kvalitativní</b>
velký soubor (1000)	menší soubor (30-200)
uzavřené otázky	kombinace uzavřených a otevřených otázek
representativnost	vybraný segment
málo otevřených otázek	kombinace přímých a nepřímých otázek
přímé dotazování	pointové dotazování
standardizované chování tazatele	kódování, interpretace
standardizované zpracování	nároky na tazatele

Zdroj: Bártová (2004)

PŘIBOVÁ (1996) o kvantitativním výzkumu podobně píše, že kvantitativní výzkum slouží k řešení takových výzkumných problémů, které se dají vyjádřit jako vztahy mezi dvěma či více přesně definovanými proměnnými.

V mé práci byl zvolen kvantitativní výzkum.

## 4.2 Proces marketingového výzkumu

Bez ohledu na šíři a hloubku požadovaného zkoumání jde ve výzkumu vždy o posloupnost kroků, které jsou řazeny v logickém sledu. Obvykle se označují jako proces marketingového výzkumu.

Obrázek č. 4 : Orientační schéma marketingového výzkumu



Zdroj: PŘIBOVÁ (1996)

Při marketingovém výzkumu je potřeba dodržovat stanovená pravidla. Pokud by tato pravidla nebyla dodržena, můžeme opomenout některé důležité části marketingového výzkumu a následně se k nim vracet, což vyvolává další náklady nebo v horším případě nezjistíme veškeré informace, které potřebujeme k řešení daného problému. KOZEL (2006) ještě rozděluje marketingový výzkum na přípravnou etapu a realizační etapu, avšak kroky marketingového výzkumu zůstávají nezměněny. Do přípravné etapy zařazuje definování problému, cíle, orientační analýza situace a plán výzkumného projektu. Do realizační etapy pak začleňuje sběr údajů, zpracování shromážděných údajů, analýzu údajů, interpretaci výsledků výzkumu a závěrečnou zprávu a její prezentaci.

#### 4.2.1 Určení cíle výzkumu

Proces začíná stanovením cíle marketingového výzkumu. Tuto fázi nelze podcenit, protože definování problému je nejdůležitějším a často nejobtížnějším krokem celého procesu marketingového výzkumu. Jádrem práce je přesně pochopit, v čem vidí zadavatel výzkumu problém. Dobře definovaný problém je napůl vyřešený problém. PŘIBOVÁ (1996) upozorňuje, že „v praxi musí výzkumný pracovník přesně pochopit cíl, úmysl zadavatele. Zadavatel může být jak externí, tak interní. Problém může spočívat v tom, že úhly pohledu zadavatele a průzkumníka se často úplně neshodují. Proto je podmínkou úspěchu těsná a neformální spolupráce zadavatele a řešitele.” (Příbová, 1996, str. 27)

Ne vždy jsou ale problémy zřejmé již od počátku výzkumu. Definování problému vysvětluje účel výzkumu a vymezuje jeho cíle. Účel výzkumu odpovídá na otázku, proč se má samotný výzkum provádět.

Tato fáze v procesu marketingového výzkumu u této práce proběhla bez problému, jelikož zadavatel a řešitel problému byla tatáž osoba. Cíle výzkumu již byly zmíněny v kapitole cíle a úkoly této práce.

#### 4.2.2 Zdroje dat

Jedná se o další fázi procesu marketingového výzkumu. V marketingových výzkumných projektech se pracuje se sekundárními a primárními zdroji dat. Základní rozdíl mezi těmito daty spočívá v účelu, ke kterému byla tato data sesbírána.

Sekundární jsou taková, která byla shromážděna již dříve a za jiným účelem než je řešený problém (statistické přehledy, katalogy, registry, databáze atd.). Jsou přístupná buď veřejně, nebo za úplatu. Sekundární data se ještě dále dělí na interní a externí. Data pocházející z interních zdrojů jsou taková data, která firma získala z vlastní firmy. Plynou z provozu nebo si je firma uchovává. Mohou to být například informace o cenách, parametrech, výrobku, cenách surovin, zápisy z obchodních jednání, služebních cest, reklamačních řízení atd. Pro marketingové projekty mají velký význam údaje o prodeji v podrobném členění podle výrobků, zákazníků, území, reprezentantů atd. Externími zdroji sekundárních dat jsou nejrůznější instituce. Z toho vyplývá vysoká

různorodost údajů v těchto zdrojích (klasické statistické přehledy, agenturní výzkum, panelová šetření, datové báze, ostatní).

KOTLER a KELLER (2007) k tomu přidávají, že „*sekundární údaje mohou poskytnout údaje, které jedna firma sama nezíská. Buď nejsou přímo dostupné, nebo je jejich získání velmi nákladné. Sekundární údaje představují dobrý výchozí bod pro výzkum. Ve srovnání s primárními údaji ale nejsou tak relevantní, přesné a současné.*“ (Kotler, Keller, 2007, str. 143)

Primární data jsou shromažďována nově, v rámci řešeného výzkumného projektu. Zdrojem primárních dat mohou být lidé, domácnosti, firmy atd. Primární data patří zadavateli výzkumu, který je sám pořídil nebo nechal pořídít. PŘIBOVÁ (1996) tvrdí, že „*zdroje primárních dat je obtížnější získat, a proto jsou většinou nákladnější.*“ (Přibová, 1996, str. 43)

K účelům tohoto projektu jsem získal doplňující potřebné informace z interních zdrojů sekundárních dat převážně z internetových stránek školy. Primární data byla sesbírána hlavně z dotazníků a dále pak od pedagogických pracovníků školy a vedení školy.

#### 4.2.3 Metody a techniky sběru dat

Většina marketingových výzkumů zahrnuje sběr relevantních primárních informací. Výběr metody sběru dat závisí na tom, k čemu mají informace sloužit, kolik jich má být a jaká má být jejich kvalita. KOZEL (2006) rozděluje metody na pozorování, dotazování a experiment. Nejznámější a také hojně využívanou metodou je dotazování. Existují čtyři možnosti dotazování. Internetové, osobní, telefonické, písemné.

V mém případě byla zvolena kombinace písemného a osobního dotazování. To znamená, že byl vytvořen dotazník, který byl vytisknut a rozdán studentům na dané střední škole, kteří pak své odpovědi zaškrtovali přímo do dotazníku za mé přítomnosti. Pokud studenti nepochopili otázku nebo se jim zdála nejasně položená, byl jsem připraven jim objasnit její znění, popř. vysvětlit, co je konkrétně danou otázkou myšleno. Pro tuto práci byl zvolen kvantitativní výzkum, jak již bylo zmíněno.

## **Dotazování**

Dotazování bez ohledu na způsob kontaktu s respondentem je velice rozšířenou technikou získávání dat s tendencí k dalšímu růstu. Jeho předností je možnost použití v různých typech zkoumaných situací a komplexnost získaných údajů.

Základem dotazování je pokládání otázek respondentům. Z jejich odpovědí řešitel výzkumného projektu získává žádoucí primární údaje. Podle kontaktu s dotazovaným se dotazování odehrává jako osobní, telefonické a písemné a v poslední době i často rozšířené internetové. Každé má své plusy a minusy a využívají se v závislosti na mnoha faktorech. Důležitá je již samotná příprava. Základní nástroj dotazování je samozřejmě tvorba dotazníku, které se budu věnovat později.

Já se podrobněji zaměřím na dotazování písemné a osobní, které jsem ve svém výzkumu použil.

### **Písemné dotazování**

Nejčastější možností je dodání poštou. Těmi dalšími jsou např. použití nákupu výrobku a k němu přiložený dotazník, předání na výstavě, veletrzích. Jelikož vyplňuje respondent dotazník sám, jsou zde největší požadavky na dotazník. U dotazníku by měl být průvodní dopis popisující smysl, cíl výzkumu, jak byla získána adresa, slib anonymity získaných údajů, jasné pokyny pro vyplňování, termín zaslání zpět – motivací je i obálka se známkou. Tento typ dotazování nemá nikterak velkou návratnost dotazníků. Je známo, že na písemné dotazování obvykle nereagují lidé s velmi vysokým a velmi nízkým vzděláním, lidé vyšších věkových kategorií a lidé pracovně přetížení.

### **Osobní dotazování**

V dnešní době se mu říká cizím slovem interview. Je to svým způsobem přímá komunikace s respondentem. Nejvýznamnější je místo, mohou se používat názorné pomůcky. Tazatel zná demografické znaky respondenta a díky tomu může respondenta motivovat k rozsáhlejší odpovědi. Struktura otázek pro skupinu respondentů musí být stejná, otázky musí být strukturalizované. Pokud se tazatel dobře připravil, pak je velmi vysoká pravděpodobnost spolehlivosti, neboli reliability údajů. Rozsah dotazování by neměl překročit 40 minut.

#### 4.2.4 Určení velikosti vzorku

Určení vzorku, neboli tzv. výběrového souboru, je důležitou součástí marketingového výzkumu. Velikost vzorku představuje, kolik lidí by mělo být dotazováno. S rostoucím počtem bývají výsledky pochopitelně spolehlivější. Důležitější než vlastní rozsah je správný postup při sestavování výběrového vzorku. Na malém trhu je výhodnější dotazovat všechny členy základního souboru. Zpravidla však velikost výběrového vzorku odvozujeme od celkové velikosti zkoumaného souboru. V přístupu k určování velikosti vzorku se střetávají rozdílné zájmy. Ekonomický zájem sleduje náklady, a proto požaduje vzorek co nejmenší a tedy nejlevnější. Výzkumné zájmy vedou k opačným tendencím. V praxi se proto setkáváme s odlišnými přístupy: slepý odhad, nákladový přístup a statistický přístup.

V tomto případě měly být dotazníky rozdány všem studentům daného oboru. Nakonec se však podařilo sesbírat 37 dotazníků od celkového počtu 39 studentů. Z prvního ročníku to bylo 19 dotazníků, z druhého 10 a ze třetího 8.

#### 4.2.5 Sběr dat

V této fázi dochází k samotnému sběru požadovaných údajů. Tato část skrývá několik úskalí, která zapříčiňují, že bývá nejnákladnější v rámci celého výzkumného procesu a zároveň při ní může dojít k mnoha chybám a problémům.

Fáze sběru dat lze rozdělit na tři části: příprava sběru údajů, kontrola sběru údajů a kódování. Kontrola údajů se odehrává po získání dotazníků z terénu. Jejím účelem je vyřadit dotazníky, které už z jakéhokoliv důvodu neobstály při logické kontrole. Jak tvrdí KOZEL (2006), základními nástroji kontroly jsou: *„Znovu oslovení náhodně vybrané skupiny respondentů osobní návštěvou, telefonicky poštou nebo e-mailem.“* (Kozel, 2006, str. 86)

Ve své práci jsem sesbíral data přímo na střední škole, kdy jsem dotazníky rozdával studentům v některé z vyučovacích hodin a celou dobu jsem byl přítomen. Samotné vyplnění dotazníku nezabralo studentům více jak 10 minut.

#### 4.2.6 Zpracování a analýza dat

Zpracování zahrnuje dva základní kroky – kontrolu a klasifikaci údajů. Dříve než začneme shromážděná data zpracovávat a analyzovat musíme prověřit dvě vlastnosti těchto údajů: validita údajů (přesnost), reliabilita údajů (spolehlivost, pravdivost).

K analýze dat tvrdí KOZEL (2006): „*Abychom dokázali správně analyzovat údaje a interpretovat výsledky výpočtů a testů, nemusíme znát definice a vzorce. Mnohem důležitější je vědět, co nám ze zjištěných údajů vyplývá pro další práci.*“ (Kozel, 2006, str. 95) Možností jak analyzovat údaje je mnoho, proto nelze stanovit pouze jeden vzorec.

Zpracování a analýza dat probíhala vyhodnocováním dotazníků a vytvořením klasifikačního kříže. Danými výsledky a jejich prezentací se budu zabývat v analytické části.

#### 4.2.7 Zpracování a prezentace závěrečné zprávy

Interpretace výsledků představuje převedení výsledků analýzy do závěru a doporučení nejvhodnějšího řešení zkoumaného problému.

Závěrečná zpráva by měla mít logickou strukturu a měla by být odvozena od stanovených cíle výzkumu. PŘIBOVÁ (1996) k tomu dodává, že „*do závěrečné zprávy nelze dostat více informací, než bylo terénním výzkumem získáno, proto bylo tolik péče a pozornosti věnováno přípravné fázi výzkumu, aby se na nic důležitého a podstatného nezapomnělo.*“ (Přibová, 1996, str. 132) Dle KOZLA (2006) může být prezentace závěrečné zprávy dvojího typu: písemná a ústní.

Zpracování závěrečné zprávy a její prezentace jsou závěrečnou fází celého procesu marketingového výzkumu. Jejím cílem je pomocí získaných výsledků odpovědět na marketingový problém, k jehož řešení byl výzkum zadán. Druhý úkol této etapy spočívá v oblasti marketingové komunikace: zajímavou formou seznámit vrcholné pracovníky firmy s výsledky výzkumu a přínosy a efekty, které realizace těchto výsledků může přinést.

V mém případě bude prezentace závěrečné zprávy písemná.



## 4.3 Tvorba dotazníku

V této práci byl ke sběru dat použit dotazník. Proto si teď zmíníme několik zásadních zásad při jeho tvorbě. KOZEL (2006) tvrdí: „*Samotný význam dotazníku spočívá ve čtyřech oblastech. Získává informace od respondentů, poskytuje strukturu rozhovoru, zajišťuje standardní jednotnou matici pro zapisování údajů a za čtvrté ulehčuje zpracování údajů.*“ (Kozel, 2006, str. 161)

HORÁKOVÁ (1992) udává základní pravidla, kterými by se měl autor dotazníku řídit, aby dotazník přinesl hodnotné informace:

- Dotazník by neměl začínat osobními a důvěrnými otázkami, jako je příjem, věk či rodinný stav respondenta.
- Dotazník nesmí obsahovat předpojaté otázky, výzkumník nesmí ovlivňovat respondentovu odpověď.
- V dotazníku se nesmí objevit nejasně vymezené údaje. Otázky musí být přesně a jednoznačně formulovány.
- V dotazníku není vhodné užívat výrazy se silným citovým zabarvením.
- Dotazník nesmí obsahovat vícenásobné otázky. V takových případech nevíme, na jakou část otázky respondent odpovídal.

Otázky v dotazníku dle variant odpovědí dělíme na polouzavřené, uzavřené a otevřené. Otázky otevřené nenabízí žádnou variantu odpovědi. Respondent odpovídá podle vlastního uvážení. Je možné tak získat více informací.

U uzavřených má respondent již předem připravené varianty odpovědí od tazatele a pouze označuje odpověď, která mu připadá správná. Základní členění uzavřených otázek je na alternativní, kdy se varianty odpovědí navzájem vylučují, respondent vybírá pouze jednu odpověď. Druhým typem jsou selektivní otázky, kde se naopak varianty odpovědí nevylučují a respondent může vybrat jednu nebo více odpovědí. Obě skupiny se ještě dále dělí na normální a speciální otázky. Podle variant odpovědí je dále možné dělit normální alternativní otázky na bipolární (pouze dvě varianty odpovědí), s neutrální odpovědí (kromě dvou variant je připravená možnost úniku), výběrové (dáno více variant odpovědí). Mezi speciální otázky patří dialogové,

kvantifikovatelné škály a kvalitativní škály. Polouzavřené otázky jsou kompromisem mezi oběma výše uvedenými skupinami a spojují jejich výhodu. Při aplikaci těchto otázek máme jistotu, že varianty představují všechny vyčerpávající možnosti odpovědí. Důležitou vlastností dotazníku je jeho strukturovanost. „*Strukturovaný dotazník má pevnou logickou strukturu, kterou musíme během rozhovoru dodržovat.*“ (Kozel, 2006, str. 163) Většinou jsou využívány otázky s uzavřeným počtem variant odpovědí. Výhodou je rychlost rozhovoru, jednoduché a lehce srovnatelné zaznamenání odpovědí, snadné zpracování. Nevýhodou může být snížení informační hodnoty, jelikož respondent nemá možnost odpovědět jinak, než jak je mu nabízeno.

„*Polostrukturovaný dotazník využívá také polouzavřených nebo otevřených otázek.*“ (Kozel, 2006, str. 163) Lze zjistit více individuálních rozdílů. Respondent se může volně vyjádřit. Na druhou stranu jsou tyto dotazníky obtížnější na zpracování.

Dalším důležitým faktorem tvorby dotazníku je pořadí otázek. Pořadí musí být úzce spojeno s logickou strukturou dotazníku. Je důležité, aby se otázky vzájemně dopředu neovlivňovaly. Je naopak ale žádoucí, aby otázka usnadnila lépe pochopit smysl následujících otázek, aby ulehčila vzpomínání.

Ve svém dotazníku jsem použil, až na jednu výjimku, samé uzavřené otázky. Pouze poslední otázka byla otevřená. Otázka byla vždy rozdělena na dvě části. Na část jak jsou studenti spokojeni s danou službou a na část, jak je pro ně daná služba důležitá. U obou částí otázek byly 4 možnosti. U otázek na důležitost byly dané možnosti: velmi důležité, důležité, málo důležité, nepodstatné. U otázek směřujících ke zjištění spokojenosti byla škála možností: velmi dobrý, dobrý, špatný, velmi špatný. Nebylo použito identifikačních otázek, protože se domnívám, že v tomto typu výzkumu by neměly žádnou vypovídající hodnotu. Dotazník byl strukturovaný.

Co se týká pilotáže, dotazníky byly nejdříve rozdány několika studentům FTVS UK obor sportovní management. Pro účel pilotáže bylo nakonec sesbíráno 12 dotazníků a neukázal se žádný zásadnější problém ve stavbě dotazníku. Otázky přesně vystihovaly podstatu výzkumu a ani zjištěné odpovědi v pilotáži neodhalily žádné nesrovnalosti, jako např. stejné odpovědi u jedné konkrétní otázky nebo samotné připomínky respondentů k jednotlivým položeným otázkám.

## 5 ANALYTICKÁ ČÁST

### 5.1 Představení školy

#### **Identifikační údaje školy:**

**Název školy:** G.A.P. education, střední škola s.r.o.

**Adresa školy:** Meteorologická 181, Praha 4 - Libuš, PSČ 142 00

**Zřizovatel školy:** G.A.P. education, střední škola s.r.o.

**Sídlo společnosti:** V Podhoří 285/2, Praha 7 - Troja, PSČ 171 00

**Jednatelka, ředitelka, statutární orgán právnické osoby:** MgA. Janka Šteindlerová

**IČ:** 27907538

**Zápis v OR:** Spisová značka C 125671 vedená u rejstříkového soudu v Praze ze dne 4. 6. 2007

**IZO:** 151 040 753

**Zápis v rejstříku škol:** 1. 9. 2008, právnická osoba byla zřízena na dobu neurčitou

Střední odborná škola G.A.P. education byla založena v roce 2008 a v současné době na škole studuje přibližně 100 žáků celkem v 7 třídách. Škola nabízí vzdělání v těchto studijních oborech:

- 1) 63-41-M/01 Ekonomika a podnikání se zaměřením na management sportovních klubů a obchodních firem – v tomto čtyřletém denním studiu aktivně studuje přibližně 40 studentů ve třídách 1.M, 2.M a 3.M
- 2) 82-41-M/05 Grafický design – v tomto čtyřletém denním studiu aktivně studuje přibližně 50 studentů ve třídách 1.V, 2.V a 3.V
- 3) 64-41-L/524 Podnikání – v tomto tříletém nástavbovém dálkovém studiu studuje 10 dospělých studentů ve třídě 2.D

Všechny obory na této škole jsou zakončeny závěrečnou maturitní zkouškou. Střední škola se rozléhá v jižní části Prahy, v klidném prostředí uprostřed zeleně, konkrétně v městské části Libuš, kde má pronajaté třípatrové křídlo ZŠ Meteorologické smlouvou ze 17. 8. 2007. Protože je škola nová a na trhu působí pouze třetím rokem, má zatím třetí ročník nejvyšším a tudíž nemá tento rok ještě ročník maturitní. Samotný

počet studentů se v jednotlivých třídách značně liší (od 10 do 30 studentů v jedné třídě). Školní prostory jsou rozděleny tak, že každá třída má svou kmenovou učebnu, k výuce jsou dále využívány počítačová učebna, audiovizuální učebna s nainstalovaným dataprojektorem, dva výtvarné ateliéry a v rámci základní školy je využíváno jedno venkovní hřiště s umělou trávou, atletická dráha, dvě tělocvičny a jídelna. Žáci mají k dispozici také školní bufet, který je otevřen o přestávkách mezi vyučovacími hodinami na ZŠ, dále pak automat s nabídkou nealkoholických nápojů, automat na kávu a výhledově je plánován automat na bagety a další potraviny. Prostory jsou postupem času dovybavovány. Učitelé mají k dispozici kabinety rozdělené podle studijních oborů a sborovnu s kuchyňkou. Vedení školy sídlí na sekretariátu s ředitelnu a kabinetem pro zástupce ředitele.

Pedagogický sbor je tvořen 23 učiteli a je kombinací starších zkušených pedagogů, z nichž někteří vyučují současně dané obory i na vysokých školách (FAMU, UK FTVS, VŠEM) a pedagogů mladších, kteří jsou stále studenty magisterských ročníků na vysokých školách. Hlavním vyučovaným cizím jazykem je angličtina a studenti denního studia mají po celou dobu studia i jazyk druhý, kde si volí mezi ruštinou a francouzštinou.

Výuka v oboru „Ekonomika a podnikání se zaměřením na management sportovních klubů a obchodních firem“ je zajišťována zejména odborníky na sportovní management a tělesnou výchovu a sport v kombinaci s dalšími předměty (biologie, zeměpis, matematika). Jedná se zejména o absolventy vysokoškolského studia na UK FTVS.

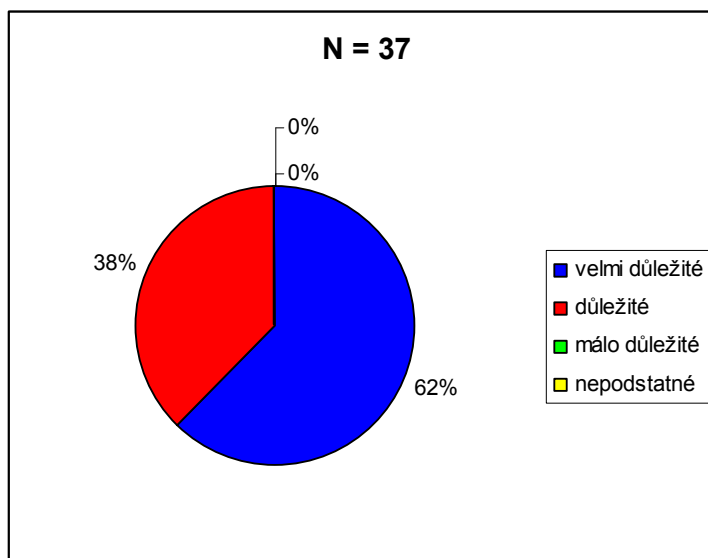
Studenti oboru „Ekonomika a podnikání se zaměřením na management sportovních klubů a obchodních firem“ jsou připravováni pro zastávání jakékoliv pozice v nižším až středním managementu sportovního klubu či obchodní firmy, mohou také pokračovat v souvisejících studii na vysokých školách (např. obor sportovní management na UK FTVS).

**Další informace o oboru „Ekonomika a podnikání se zaměřením na management sportovních klubů a obchodních firem“ :**

- Čtyřleté denní studium zakončeno maturitní zkouškou
- Všeobecné středoškolské vzdělání s důrazem na výuku jazyků a rozvoj manažerských a marketingových a komunikačních dovedností
- Odborné znalosti a praktické zkušenosti v oblasti zabezpečení společenských, firemních a kulturních akcí
- Odborné znalosti i praktické procvičování PR a dalších manažersko-marketingových technik
- Profilující se předměty – Teorie sportu, Management ve sportu, Marketing ve sportu, Psychologie sportu, Ekonomika sportu
- Počet studentů v jednotlivých ročnících: první 19, druhý 11, třetí 9

## 5.2 Prezentace jednotlivých výsledků

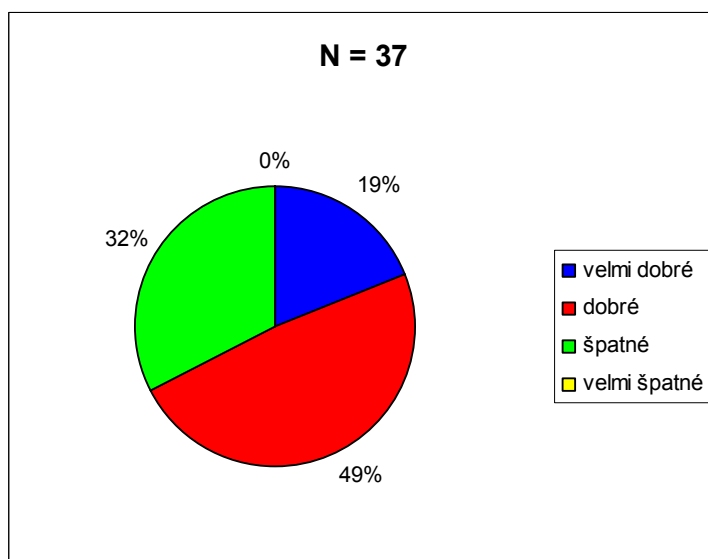
### 1. Odborné znalosti vyučujících na této škole považují obecně za:



Graf č 1: Názor studentů na důležitost odborných znalostí vyučujících

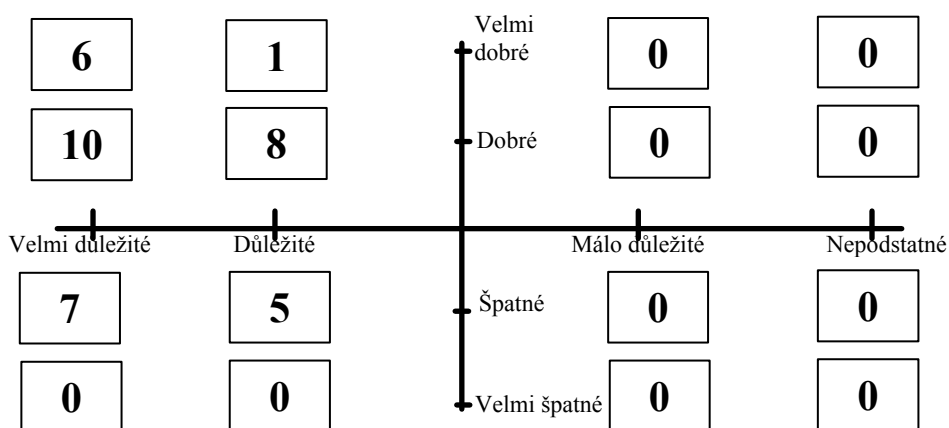
Z grafu je evidentní, že pro studenty jsou odborné znalosti vyučujících důležité. Všech 100% dotazovaných studentů zvolilo možnost důležité nebo velmi důležité.

### Odborné znalosti vyučujících na této škole jsou:



Graf č. 2: Názor studentů na odborné znalosti vyučujících

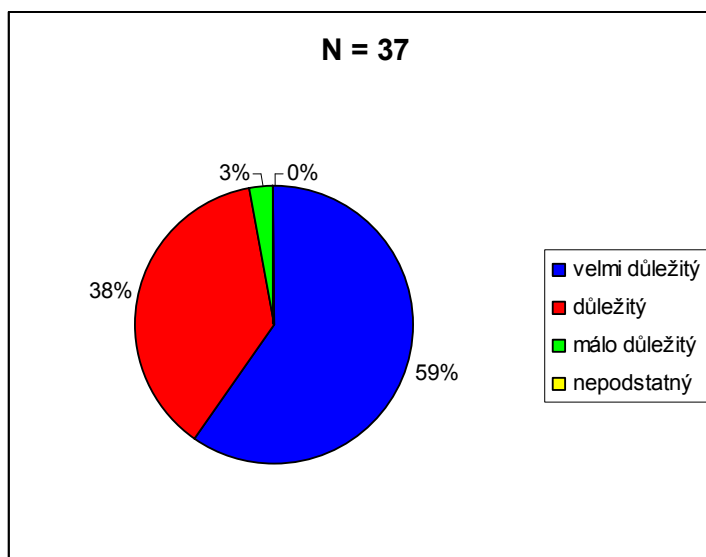
Zde studenti odpovídali veskrze pozitivně, více jak dvě třetiny z nich odpověděly, že jsou odborné znalosti vyučujících velmi dobré nebo dobré. Pouhá necelá jedna třetina byla opačného názoru a zvolila v tomto případě pouze možnost „špatné“, protože odpověď „velmi špatné“ se nenacházela v dotazníku ani jedna.



*Klasifikační kříž č. 1: Odborné znalosti vyučujících*

„Největší „hustota“ odpovědí se nachází v levé horní části. Tedy přesně tam, kde je to nejvíce žádoucí. Pro studenty jsou odborné znalosti vyučujících převážně velmi důležité a dobré. I když se nedá ani opomenout fakt, že pro 7 studentů je odborná znalost učitelů velmi důležitá, avšak zároveň špatná. Proto by zde vedení školy mohlo určitě zvýšit počet hospitačních hodin k bližšímu poznání dané situace.

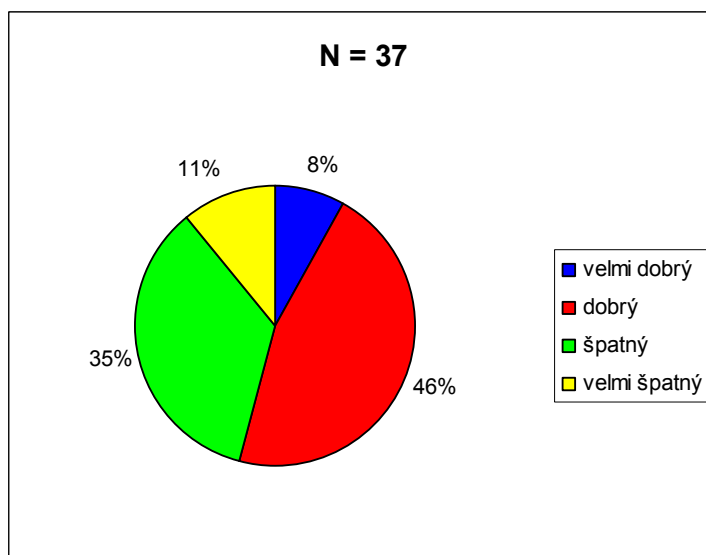
## 2. Přístup vyučujících ke studentům považují obecně za:



Graf č. 3: Názor studentů na důležitost přístupu vyučujících

Tato otázka je pro studenty také velmi podstatná. Kromě jedné výjimky opět všichni považují přístup vyučujících ke studentům za přinejmenším důležitý.

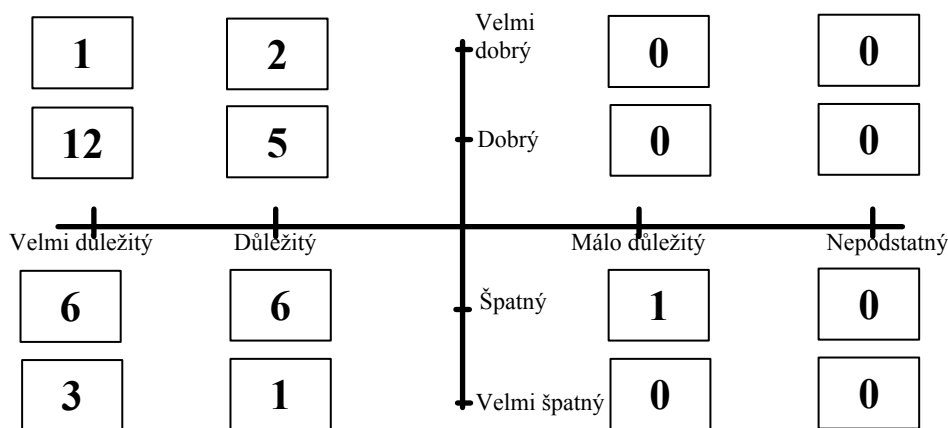
## Přístup vyučujících ke studentům na této škole je podle mě:



Graf č. 4: Názor studentů na přístup vyučujících



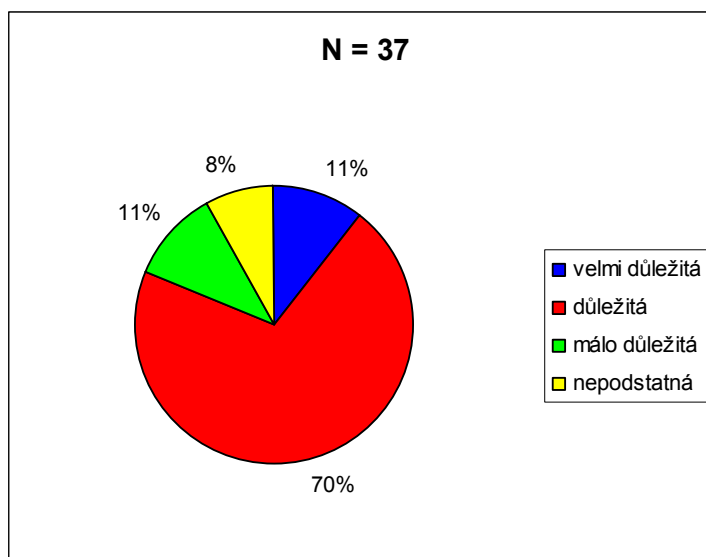
Zde již studenti tolik spokojeností neoplývají. Téměř polovina z nich, což určitě není malé číslo, se vyjádřila k přístupu vyučujících negativně. Naopak pouze jen malý zlomek z nich (3), nemá s přístupem vyučujících sebemenší problém.



*Klasifikační kříž č. 2: Přístup vyučujících*

Pro studenty je přístup vyučujících převážně velmi důležitý a dobrý. I když je značná míra koncentrace odpovědí v levém dolním rohu, což znamená pro studenty velmi důležitou vlastnost u učitelů, co se týká jejich přístupu, avšak už ne tak přesvědčivou spokojenost s jejich přístupem. I zde se potvrzuje moje předešlá úvaha, že zvýšení počtu hospitací by určitě nebylo na škodu.

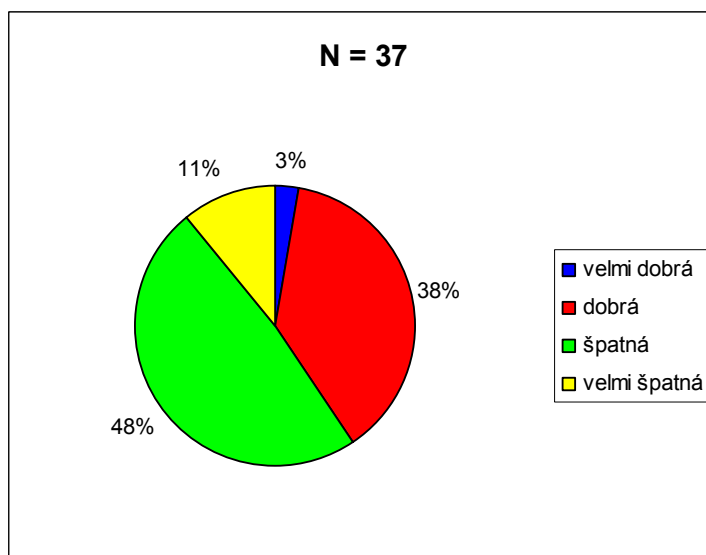
### 3. Skladba předmětů v jednotlivých ročnících je pro mě:



Graf č. 5: Názor studentů na důležitost skladby předmětů

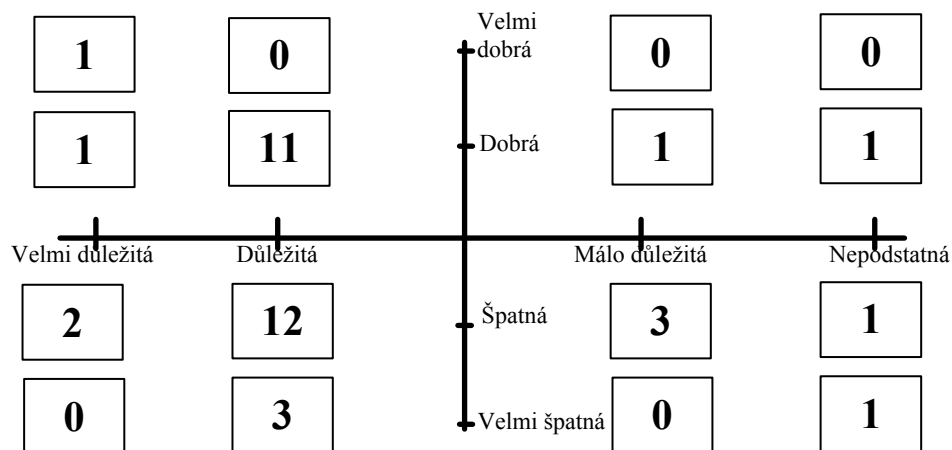
Pro studenty je skladba předmětů důležitá. 26 studentů zaškrtnulo právě tuto možnost. U ostatních možností můžeme najít poměrně rovnoměrné rozložení.

### Skladba předmětů v jednotlivých ročnících je pro mě:



Graf č. 6: Názor studentů na skladbu předmětů

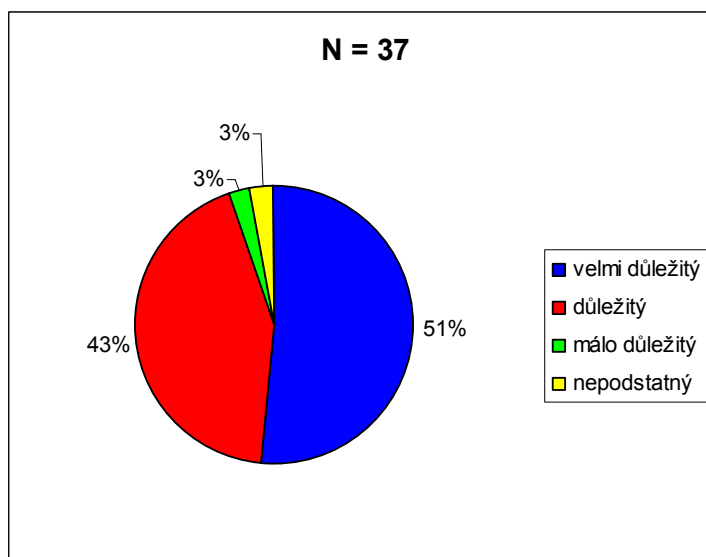
Studenti evidentně nejsou moc spokojeni se skladbou předmětů v jednotlivých ročnících. Více jak polovina, konkrétně 22, jich je názoru, že je špatná nebo dokonce velmi špatná.



Klasifikační kříž č. 3: Skladba předmětů

Zde jsou výsledky značně nejednoznačné. Dominují dvě kombinace a to, že za první je skladba předmětů pro studenty důležitá a dobrá a za druhé důležitá a špatná. Když porovnáme levý horní sektor, který je pro studenty při nejmenším dobrý a důležitý, dostaneme číslo 13 a levý dolní sektor, který je pro studenty důležitý a špatný, dostaneme číslo 17. Přeci jen mírně převládá negativní hodnocení.

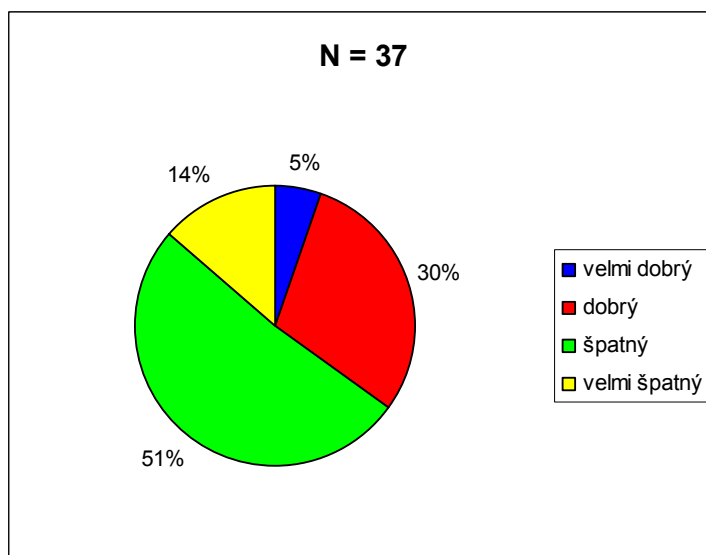
#### 4. Rozvrh vyučovacích hodin je pro mě obecně:



Graf č. 7: Názor studentů na důležitost rozvrhu vyučovacích hodin

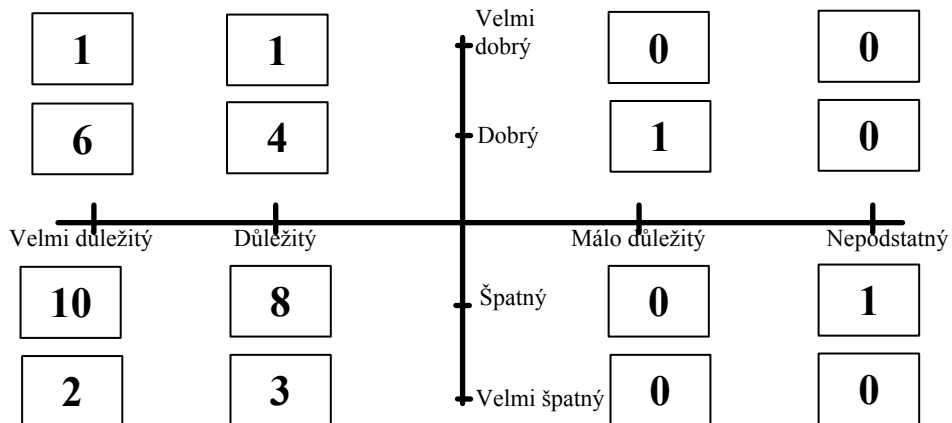
Jasně výsledky, rozvrh vyučovacích hodin je pro studenty při nejmenším důležitý až na dvě výjimky.

#### Rozvrh vyučovacích hodin je podle mého názoru:



Graf č. 8: Názor studentů na rozvrh vyučovacích hodin

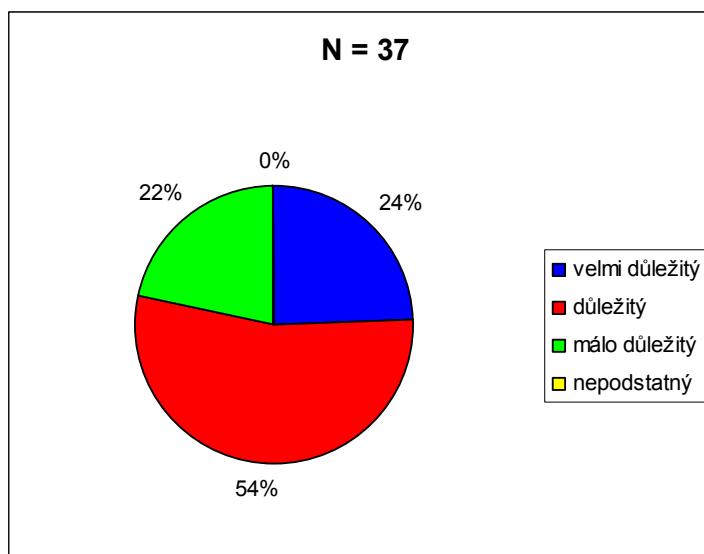
Téměř dvě třetiny studentů jsou nespokojeny s rozvrhem hodin. Zbýlých 13 studentů hodnotí pozitivně rozvrh vyučovacích hodin.



Klasifikační kříž č. 4: Rozvrh vyučovacích hodin

Studenti hodnotí rozvrh vyučovacích hodin převážně jako velmi důležitý a špatný, což určitě musí vést k zamyšlení. Celkově převažuje nespokojenost s rozvrhem a zároveň je pro studenty důležitý, což není ideální kombinace.

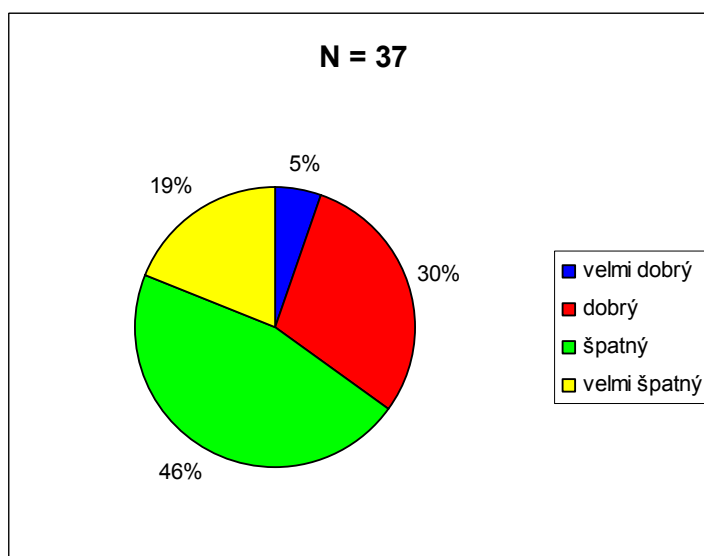
## 5. Poměr teoretické a praktické výuky je pro mě obecně:



Graf č. 9: Názor studentů na důležitost poměru teoretické a praktické výuky

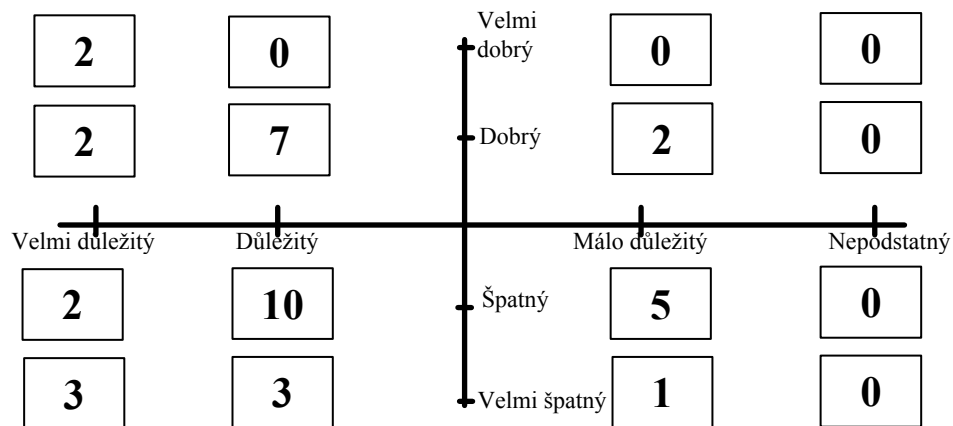
Více jak tři čtvrtiny studentů považují za přinejmenším důležitý poměr teoretické a praktické výuky. Ani jednomu studentovi není tato otázka lhostejná, neboli nikdo nezaškrtl možnost „nepodstatný“.

## Poměr teoretické a praktické výuky je podle mého názoru:



Graf č. 10: Názor studentů na poměr teoretické a praktické výuky

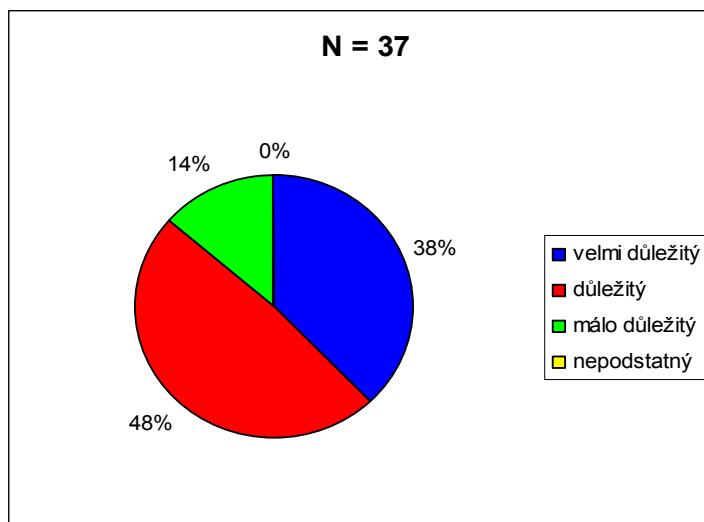
Téměř polovina studentů hodnotí poměr teoretické a praktické výuky jako špatný, pokud k tomu přičteme i možnost „velmi špatný“, dostaneme se na číslo přesahující 60%, konkrétními čísly jde o 24 studentů. Pouzí dva studenti nevidí problém v tomto poměru.



Klasifikační kříž č. 5: Poměr teoretické a praktické výuky

Pro studenty je poměr teoretické a praktické výuky důležitý, ale přitom špatný. Opět se nachází nejvíce odpovědí v levé dolní části grafu, což značí nikterak pozitivní výsledky.

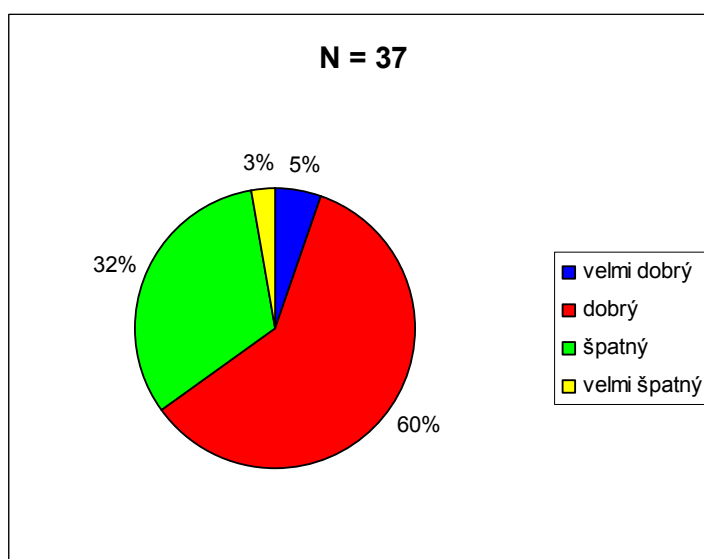
**6. Poměr povinných předmětů (Matematika, Český jazyk a literatura, Dějepis, ...) a profilujících se předmětů (Management ve sportu, Teorie sportu, ...) považují za:**



*Graf č. 11: Názor studentů na důležitost poměru povinných a profilujících se předmětů*

Pro studenty je tato otázka velmi důležitá, celých 32 studentů zahrlo možnost „důležitý“ nebo „velmi důležitý“

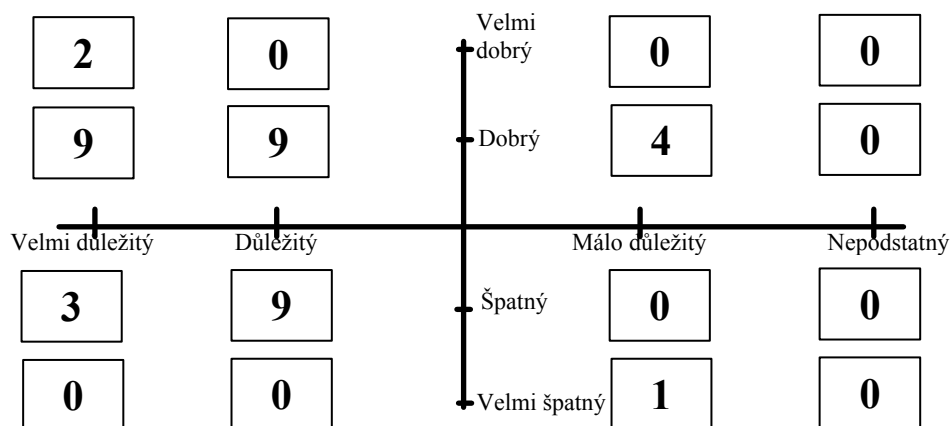
**Poměr povinných předmětů (Matematika, Český jazyk a literatura, Dějepis, ...) a profilujících se předmětů (Management ve sportu, Teorie sportu, ...) na této škole považují za:**



*Graf č. 12: Názor studentů na poměr povinných a profilujících se předmětů*



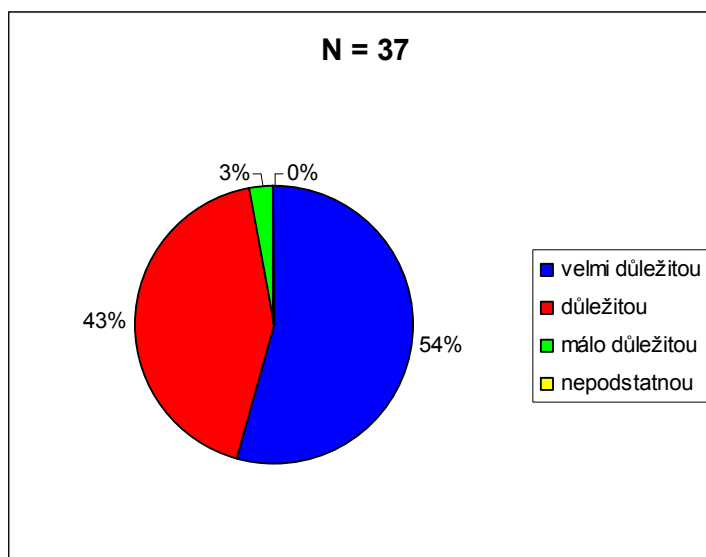
Téměř dvě třetiny studentů hodnotí poměr povinných předmětů a profilujících se předmětů za minimálně dobrý, zbylá třetina sdílí opačný názor.



*Klasifikační kříž č. 6: Poměr povinných a profilujících se předmětů*

Zde jsou výsledky asi nevyrovnanější ze všech otázek dotazníku. Z celkových 37 studentů jich 27 zvolilo tři konkrétní kombinace odpovědí ve stejném počtu. Za prvé to je kombinace „velmi důležitý-dobrá“, za druhé možnost „důležitý-dobrá“ a také „důležitý-špatná“. Zde se tedy nedá opět jednoznačně říct, co převládá, i když výsledky se dají hodnotit spíše pozitivně.

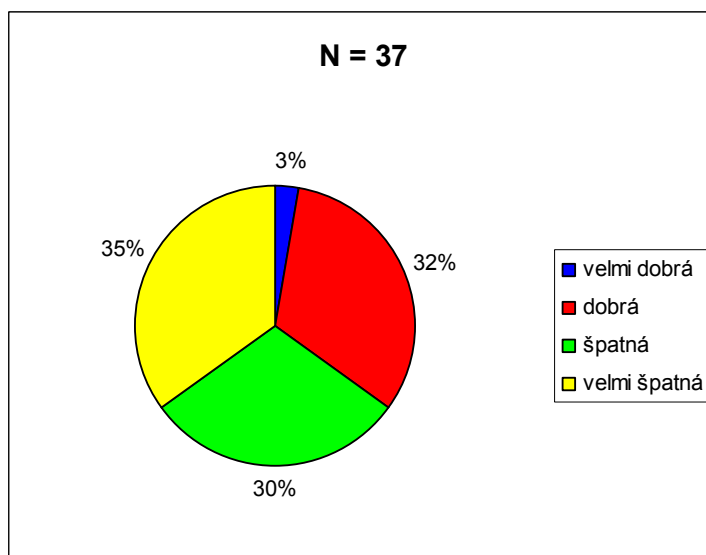
## 7. Ochotu pomoci ze strany vedení školy považují za:



Graf č. 13: Názor studentů na důležitost ochoty pomoci ze strany školy

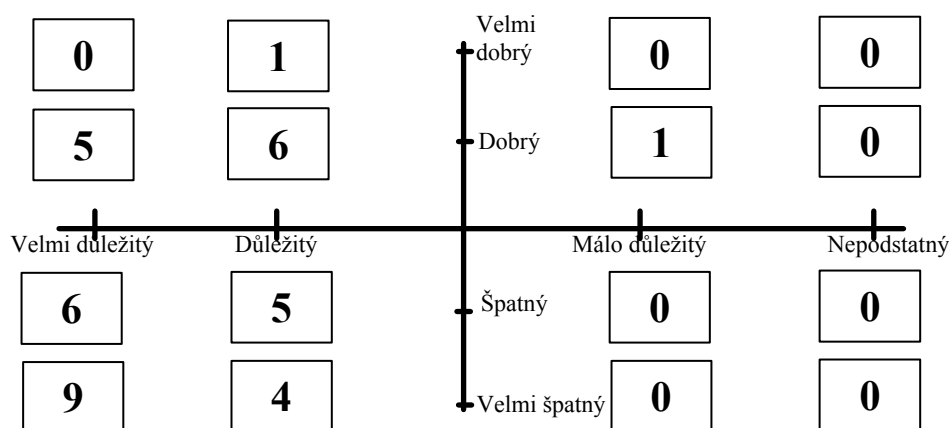
Kromě jediného studenta považují všichni ostatní za důležité nebo velmi důležité ochotu pomoc ze strany vedení školy.

## Ochotu pomoci ze strany vedení školy je podle mého názoru:



Graf č. 14: Názor studentů na ochotu pomoci ze strany školy

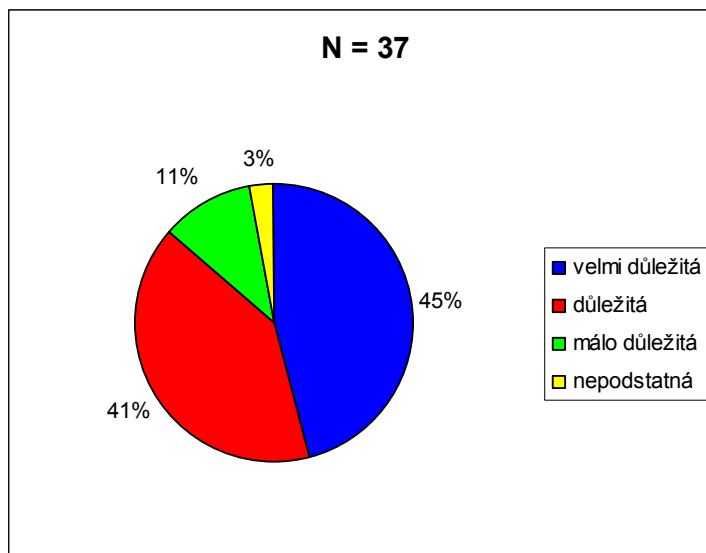
Výsledky jsou zde vyrovnané mezi tři varianty. Nejvíce má možnost „velmi špatná“, což je určitě důvod vedoucí k zamyšlení pro vedení školy. Vůbec negativní hodnocení v této otázce zaškrtno 24 studentů.



Klasifikační kříž č. 7: Ochota pomoc ze strany vedení školy

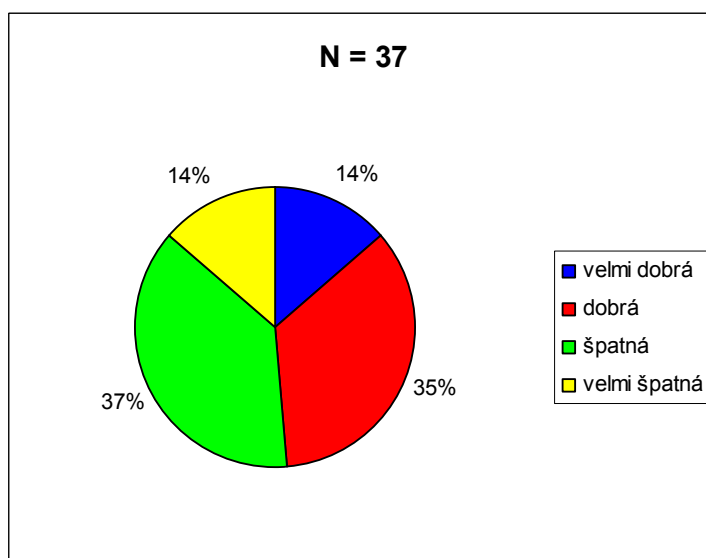
Ochotu pomoci ze strany vedení školy považují studenti převážně za velmi důležitou a velmi špatnou. Tato otázka celkově nevyzněla pro vedení školy, co se týká odpovědí, vůbec lichotivě. 24 studentů požaduje ochotu vedení školy za přinejmenším důležitou a zároveň špatnou nebo velmi špatnou, což naznačuje graf, kde nejvíce odpovědí se nachází v levé dolní části.

**8. Poloha školy vzhledem k možnostem dopravy je podle mého názoru obecně:**



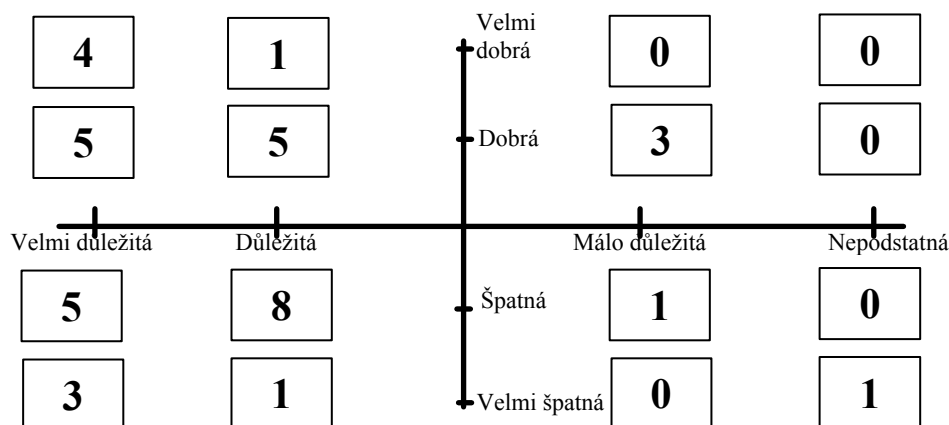
*Graf č. 15: Názor studentů na důležitost polohy školy vzhledem k možnostem dopravy*  
Opět jasné odpovědi, pro více jak 80% studentů je dopravní dostupnost školy důležitá nebo velmi důležitá.

**Poloha této školy je:**



*Graf č. 16: Názor studentů na polohu školy vzhledem k možnostem dopravy*

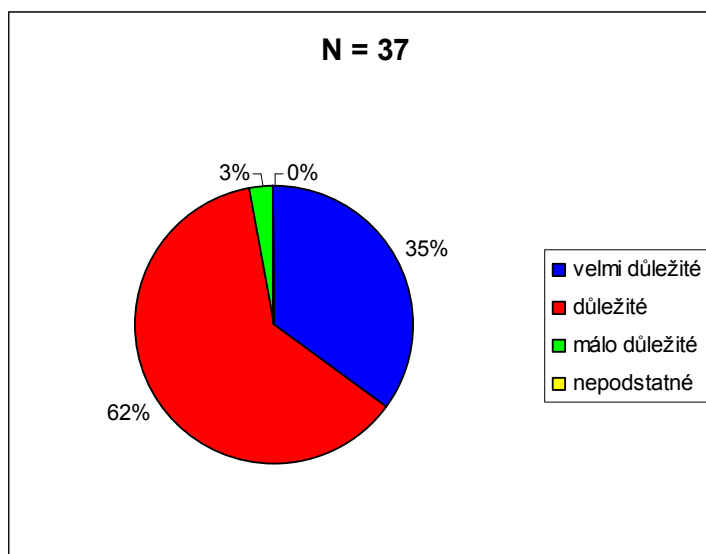
Zde jsou výsledky téměř vyrovnané. 51% hodnotí dopravní dostupnost školy negativně, 49% pozitivně. V konkrétních číslech to je 19 ku 18 studentům.



*Klasifikační kříž č. 8: Poloha školy vzhledem k dopravním možnostem*

Více jak pětina studentů zvolila kombinaci pro dopravní dostupnost školy „důležitá-špatná“. I když pilotáž, ani samotný sběr dat nic nenaznačoval, obávám se, že tato otázka mohla být trochu zavádějící. Soudím tak z velkého rozptylu jednotlivých odpovědí. Ano, stejně tak to může být náhoda, ale domnívám se, že někteří studenti hodnotili dopravní dostupnost vzhledem k jejich bydlišti a ne co se týká dopravní dostupnosti školy z pohledu, kolik MHD a v jakých intervalech ke škole dojíždí.

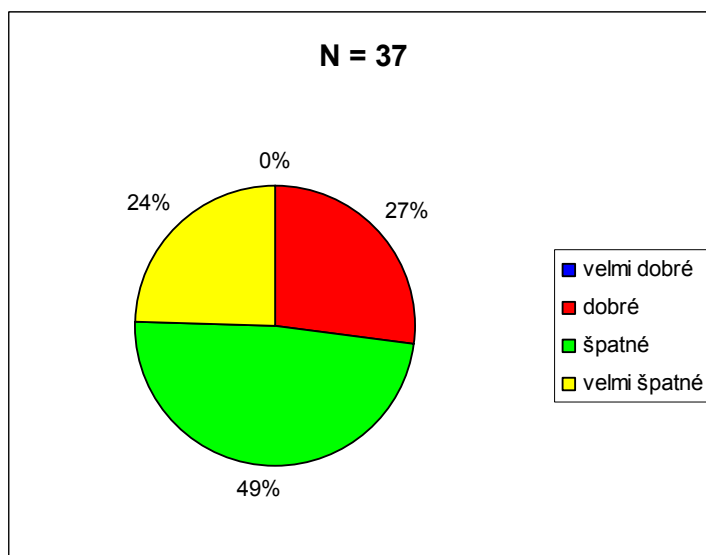
## 9. Technické vybavení školy považují za:



Graf č. 17: *Názor studentů na důležitost technického vybavení školy*

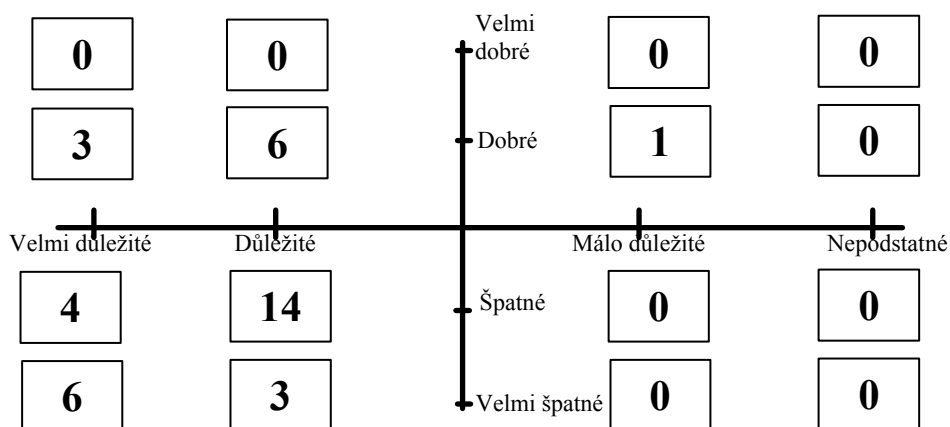
Kromě jedné odpovědi „málo důležité“, hodnotili všichni ostatní studenti technické vybavení školy za důležité nebo velmi důležité.

## Technické vybavení této školy je:



Graf č. 18: *Názor studentů na technické vybavení školy*

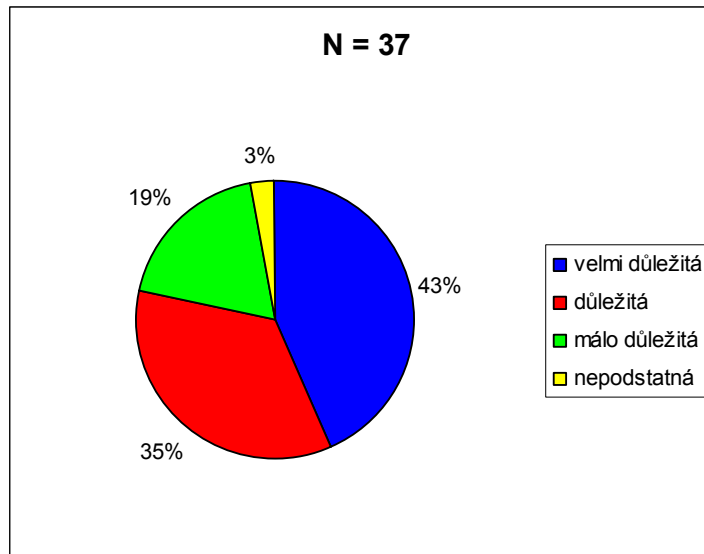
Alarmující výsledky. Téměř  $\frac{3}{4}$  studentů jsou nespokojeny s technickým vybavením učeben. Pouhá čtvrtina hodnotí technické vybavení jako dobré, možnost „velmi dobré“ bychom hledali marně.



Klasifikační kříž č. 9: Technické vybavení školy

Potvrzují se výsledky vycházející již z předešlých grafů. Studenti považují technické vybavení školy za důležité a jsou s ním nespokojeni. Vůbec v levé dolní části se nachází odpovědi 27 studentů a to je dost vysoké číslo, které určitě stojí v otázce technického vybavení školy za zamyšlení.

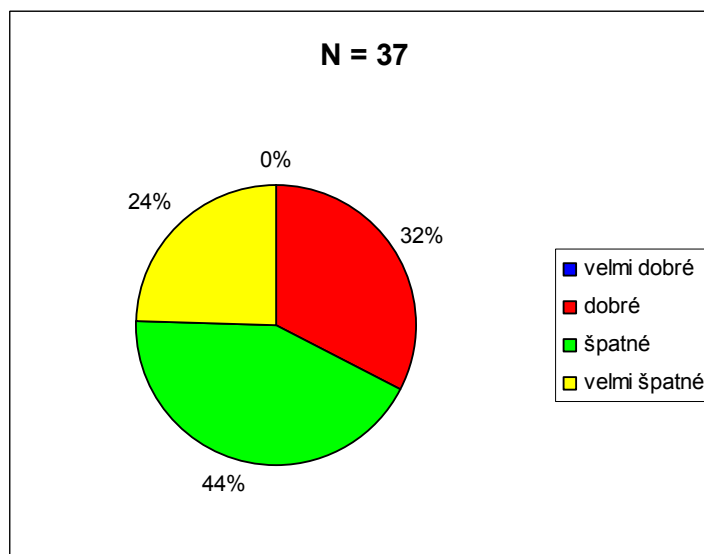
## 10. Vybavenost sportovních zařízení školy je pro mě obecně:



Graf č. 19: Názor studentů na důležitost vybavení sportovních zařízení školy

Ukázal se sportovní duch studentů, kteří dělají tento obor. Téměř 80% z nich považuje vybavení sportovních zařízení školy za důležité nebo velmi důležité. Avšak našel se i jeden, pro kterého vybavení sportovišť není absolutně podstatné.

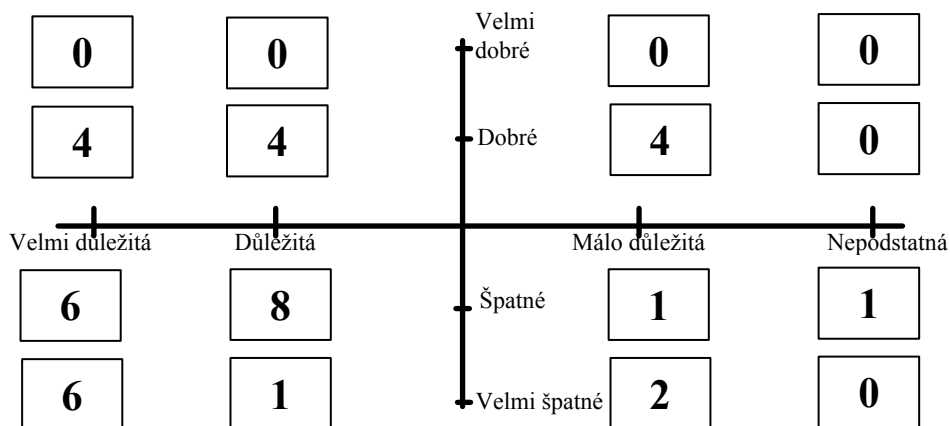
## Vybavenost sportovních zařízení této školy považují za:



Graf č. 20: Názor studentů na vybavení sportovních zařízení školy



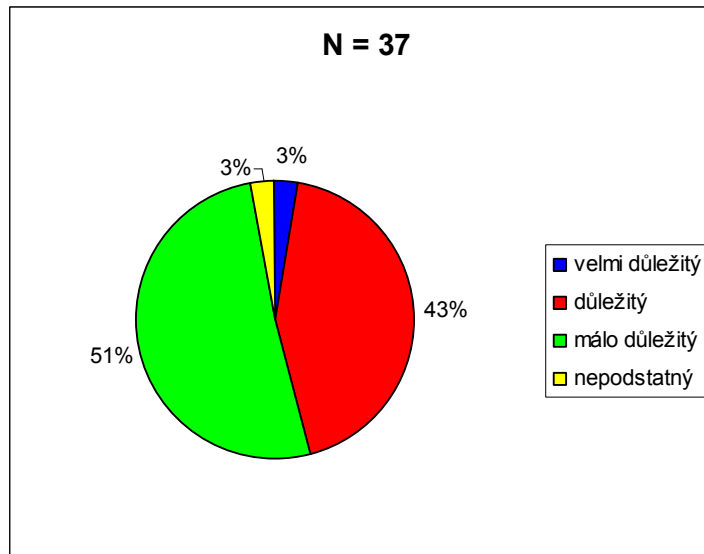
Jakožto studenti studující obor sportovní management, tím pádem i zapálení sportovci, mají velké požadavky na vybavenost sportovišť. Podle toho vypadají i výsledky, které jsou opět negativního charakteru. 25 studentů takto odpovědělo. Téměř třetina hodnotí aspoň jako dobré a ani jeden student není absolutně spokojen s vybavením sportovišť.



*Klasifikační kříž č. 10: Vybavení sportovních zařízení školy*

Studenti hodnotí nejčastěji vybavení sportovišť jako důležité, avšak špatné. Opět převažují odpovědi v levé dolní části značící nikterak pozitivní výsledky. Tentokrát se zde nacházelo 21 odpovědí studentů. Určitě by bylo zapotřebí kvalitu vybavení sportovišť vylepšit.

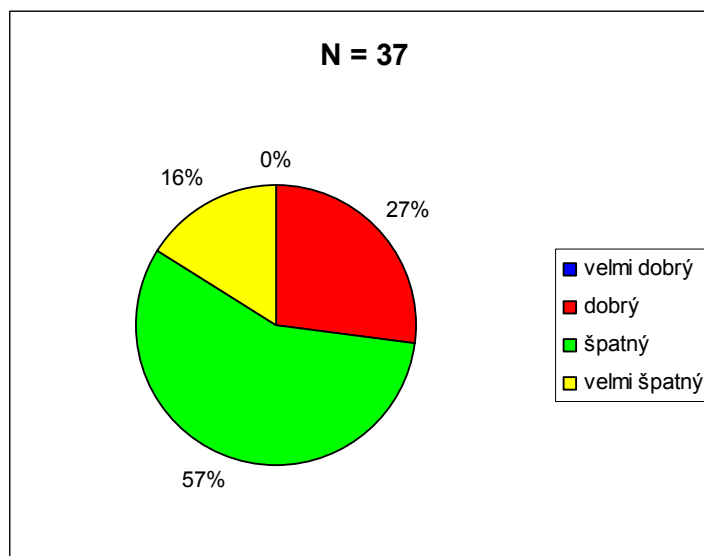
## 11. Vzhled interiéru školy je pro mě:



Graf č. 21: Názor studentů na důležitost vzhledu interiéru školy

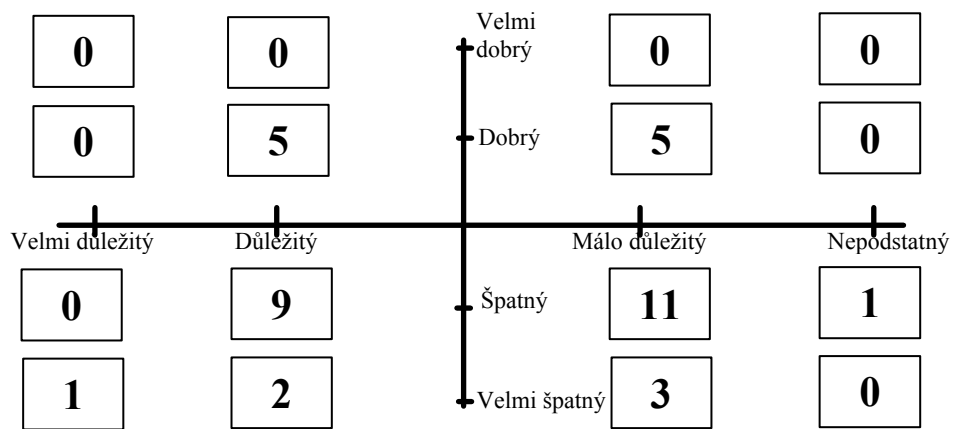
Pro nadpoloviční většinu je vzhled interiéru školy nedůležitý, pro necelou polovinu důležitý. U této otázky by bylo zajímavé zjistit odpovědi dle pohlaví, avšak filtrační otázky v mém dotazníku nebyly zaneseny.

## Vzhled interiéru této školy je podle mého názoru:



Graf č. 22: Názor studentů na vzhled interiéru školy

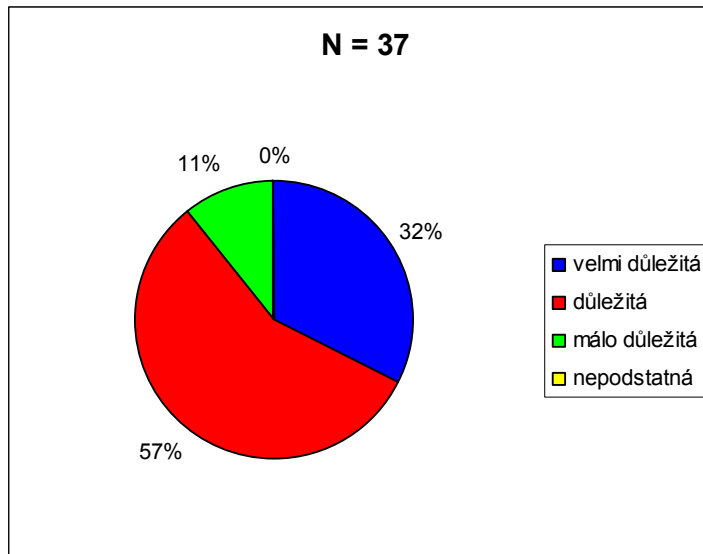
Téměř  $\frac{3}{4}$  studentů zahrly možnost „špatný“ nebo „velmi špatný“. Co se týká opačného pólu odpovědí, tak odpověď „velmi dobrý“ bychom hledali marně.



Klasifikační kříž č. 11: Vzhled interiéru školy

I interiér školy hodně může hodně ovlivňovat spokojenost studenta a případný zájem nových potenciálních studentů. Pro studenty je vzhled interiéru školy špatný a málo důležitý. V nepatrném závěsu je kombinace „důležitý-špatný“.

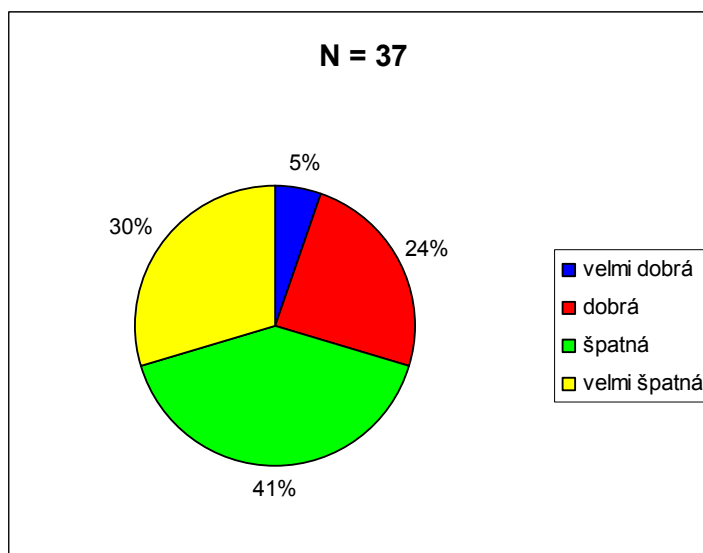
## 12. Teplota a její regulace (klimatizace) je z mého pohledu:



Graf č. 23: Názor studentů na důležitost teploty a její regulace

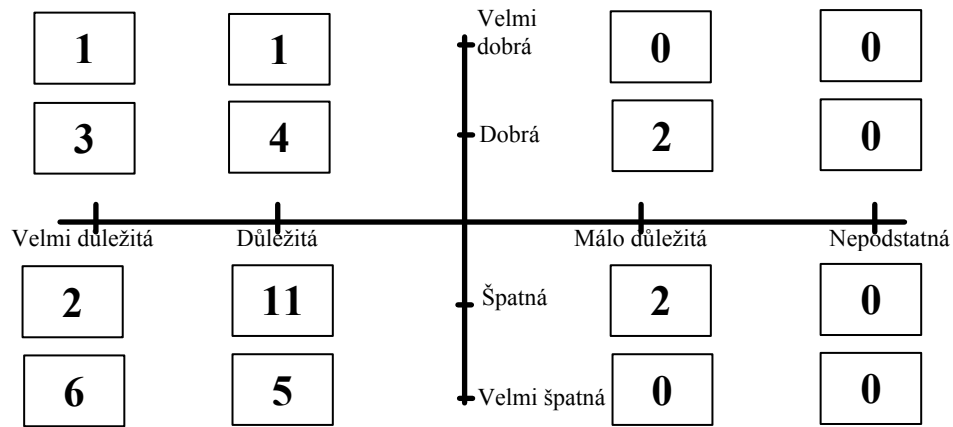
Další hodně podstatná věc pro studenty až na výjimky. V tomto případě se výjimka rovná čtyřem studentům.

## Teplota v této škole je podle mého názoru:



Graf č. 24: Názor studentů teplotu a její regulaci

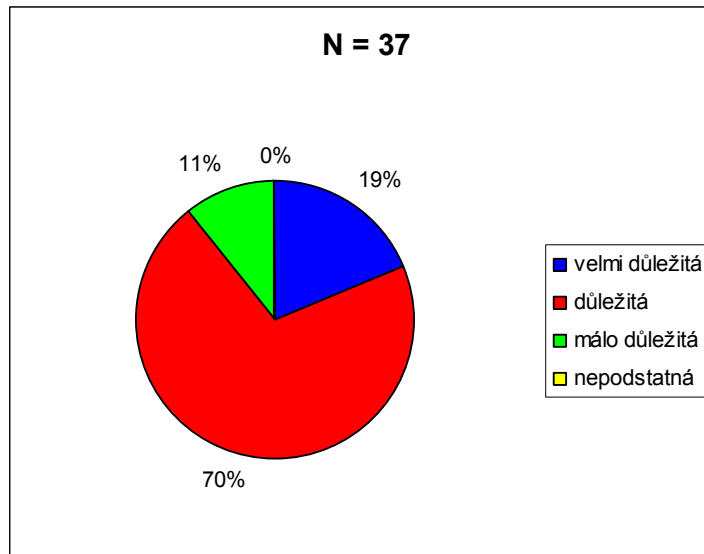
26 studentů odpovědělo na tuto otázku negativně. Pouzí dva naopak nemají sebemenší problém s teplotou ve škole.



Klasifikační kříž č. 12: Teplota a její regulace

Pro studenty je teplota a její regulace důležitá, ale zároveň i špatná. Opět je největší „hustota“ odpovědí v levé dolní části grafu, což značí, že pro studenty je daná otázka podstatná, avšak nehodnotí ji kladně. Do této části grafu směřovalo odpověď celkem 24 studentů. Naopak pro pouhého jednoho studenta je teplota zároveň velmi důležitá a hodnotí ji velmi dobře.

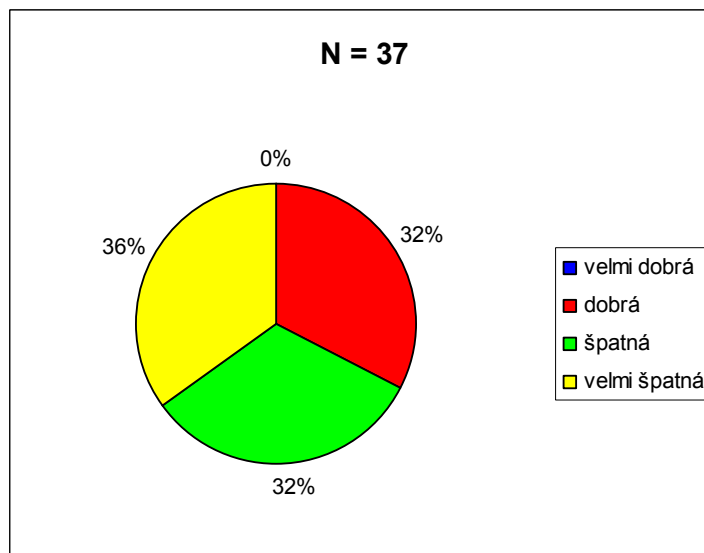
### 13. Odpovídající úroveň sociálních zařízení je pro mě:



Graf č. 25: Názor studentů na důležitost odpovídající úrovně sociálních zařízení

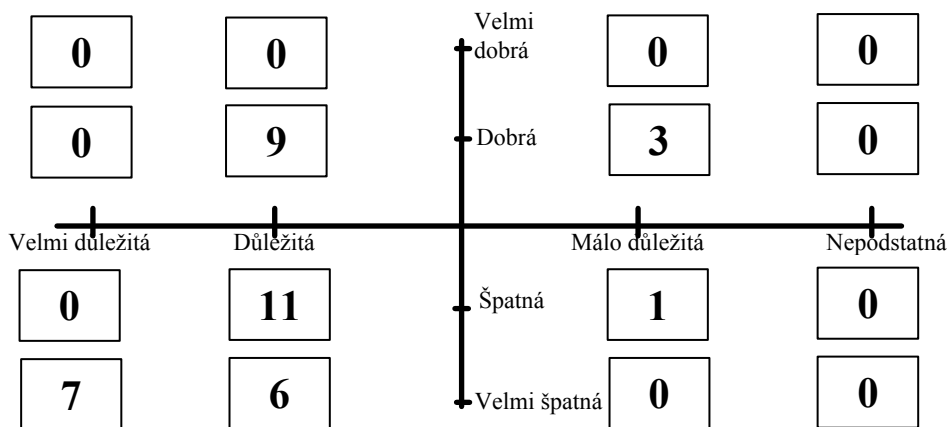
Pro většinu z dotázaných je úroveň sociálních zařízení přinejmenším důležitá. Pouzí 4 studenti ji naopak nepovažují za důležitou.

### Odpovídající úroveň sociálních zařízení v této škole je podle mého názoru:



Graf č. 26: Názor studentů na odpovídající úroveň sociálních zařízení

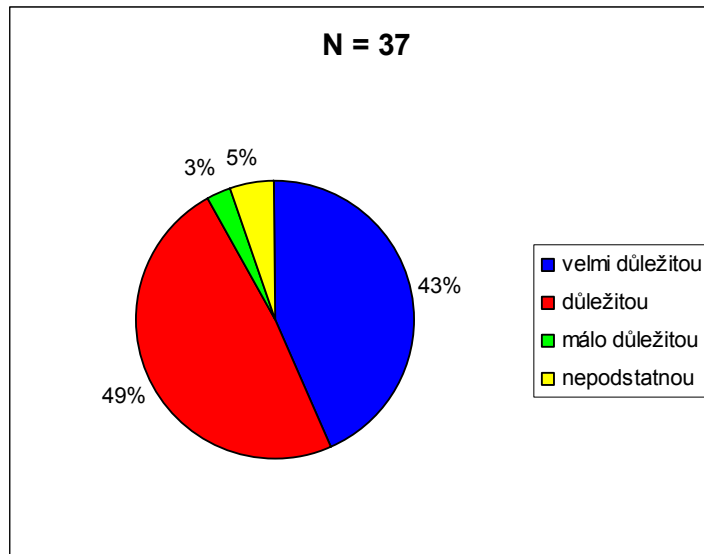
Kromě možnosti „velmi dobrá“, kterou nezaškrtl nikdo z dotazovaných studentů, byly ostatní možnosti co do počtu zaškrtnutí téměř vyrovnané. Avšak co se týká poměru pozitivních odpovědí a negativních, negativní byly zhruba v poměru 2:1 častější.



*Klasifikační kříž č. 13: Odpovídající úroveň sociálních zařízení*

Pro studenty je odpovídající úroveň sociálních zařízení důležitá, ale špatná. Druhá nejvíc měla možnost „důležitá-dobrá“, tuto kombinaci zaškrtila téměř čtvrtina dotazovaných studentů. Jinak výsledky ukazují kolorit posledních otázek, kdy je pro studenty daná otázka podstatná, avšak s ní nejsou nikterak spokojeni.

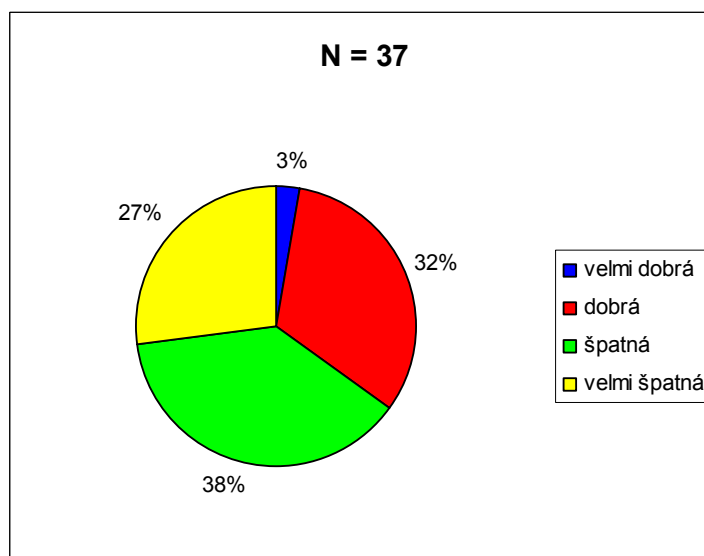
#### 14. Cenu, kterou platím za výuku, považuji za:



Graf č. 27: Názor studentů na důležitost výše školného

Téměř všichni studenti až na tři výjimky považují cenu, kterou platí za studium za přinejmenším důležitou. Co se týká dvou odpovědí možnost „nepodstatná“, domnívám se, že zde mohla být odpověď studentů ovlivněna tím, že školné platí rodiče a proto je cena pro studenty nepodstatná.

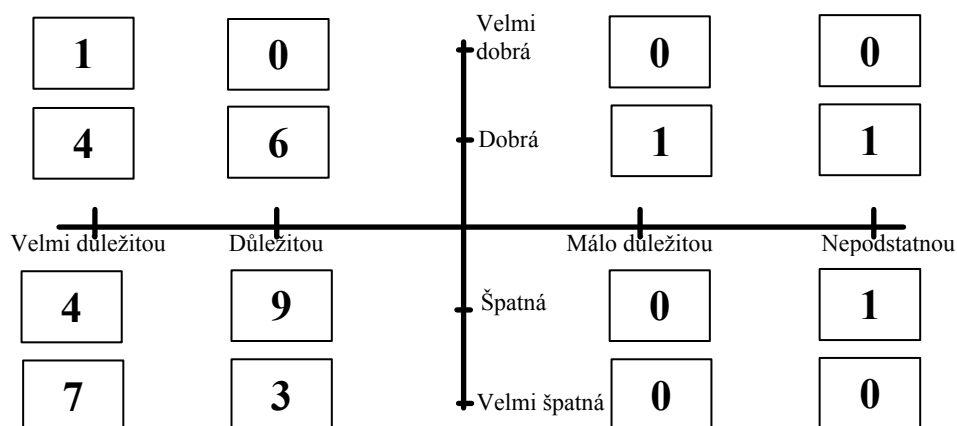
#### Cenu, kterou platím za výuku je:



Graf č. 28: Názor studentů na výši školného



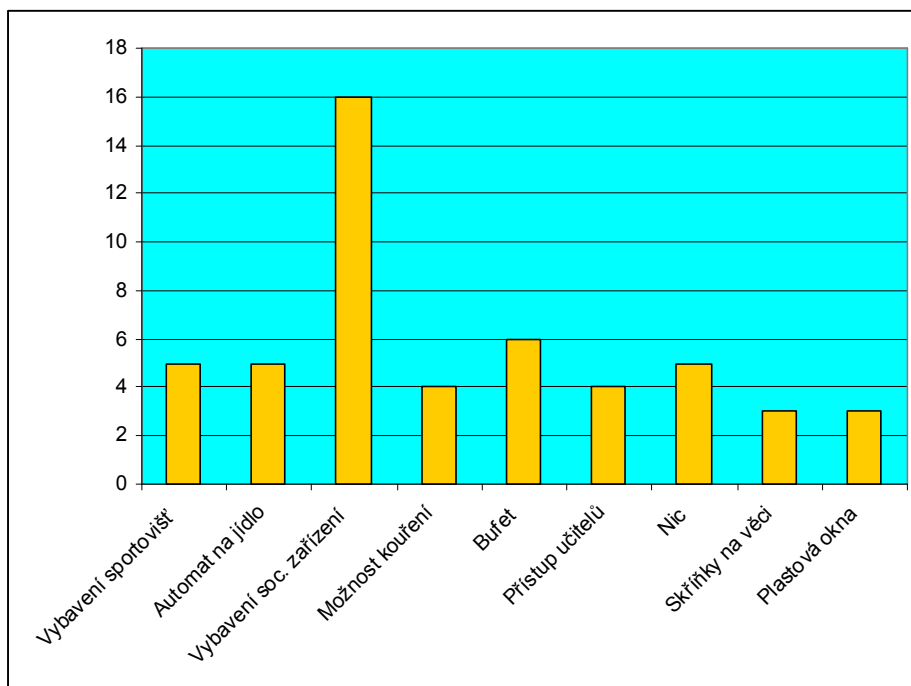
Téměř dvě třetiny studentů hodnotí cenu, kterou platí za výuku za příliš vysokou. Pouze jeden student ji považuje za velmi dobrou, i když zde to může být ovlivněno již zmíněným faktorem, který jsem zmínil v předešlé části otázky.



Klasifikační kříž č. 14: Výše školného

Studenti hodnotí převážně cenu za studium, kterou platí jako důležitou a zároveň špatnou. Téměř čtvrtina studentů zaškrtnla kombinaci odpovědí „velmi důležitá-velmi špatná“, čili nejhorší možnou variantu. Proto je potřeba z hlediska školy zauvažovat, jestli by se s daným školným nedalo nějak hýbat, hlavně směrem dolů a jestli by tento posun neznamenal větší zájem nových potenciálních studentů o tuto školu.

**15. Co konkrétně vám chybí ve škole? Jaké další služby a vybavení byste uvítal/a? Co by se dalo podle Vašeho názoru vylepšit?**



*Graf č. 29: Počet názorů studentů na jednotlivé nedostatky školy*

Toto byla jediná otevřená otázka v dotazníku. Studenti mohli vypsát vše, co je napadlo. Do grafu byly započítány všechny možnosti, které se v dotaznících objevily alespoň třikrát. Co se týká samotných odpovědí, 16 studentů si stěžovalo na sociální zařízení. Konkrétně pak na absenci toaletního papíru a zrcadel na toaletách. Další možnosti už byly značně vyrovnanější, avšak mnohokrát se také objevily stížnosti na chybějící bufet a automat na jídlo, který je ale v plánu. Zajímavé zjištění jistě bylo, že pět žáků nevedlo nic konkrétního a napsalo odpověď nic.

## 5.3 Ověření hypotéz

- 1) Odborné znalosti vyučujících bude považovat alespoň 75% studentů za velmi důležité.**

K vyhodnocení této hypotézy se musíme vrátit k otázce č. 1. Za velmi důležité ji považovalo 23 studentů, což v procentuálním vyjádření znamenalo 62%. Čili daná hypotéza se nepotvrdila a k mému překvapení se číslo 62% ani zdaleka neblíží stanovené úrovni 75%. Studenti sice považují odborné znalosti vyučujících za velmi důležité, avšak ne v takové míře, v jaké jsem se domníval.

- 2) Více než polovina studentů bude považovat poměr teoretické a praktické výuky za špatnou nebo velmi špatnou.**

Tato hypotéza se týkala otázky č. 5. Možnost „velmi špatný“ zaškrtno 7 studentů, možnost „špatný“ 17 studentů, dohromady 24 studentů z 37 dotazovaných. V procentuálním vyjádření je to 65%. Čili tato hypotéza byla potvrzena a potvrdilo se, že studenti nebudou spokojeni s poměrem teoretické a praktické výuky.

- 3) Alespoň 75% studentů bude považovat rozvrh vyučovacích hodin za přinejmenším důležitý.**

Teď se blíže podíváme na otázku č. 4. Co se týká odpovědi „důležitý“, tu zaškrtno 16 studentů, možnost „velmi důležitý“ dalších 19 studentů. Součet těchto dvou hodnot nám dá číslo 35, z 37 dotazovaných je to procentuální vyjádření 94%. Tato hypotéza tedy byla jasně potvrzená, protože daná úroveň byla 75% a 94% značně převyšuje tuto stanovenou hodnotu. Ukázalo se, že rozvrh vyučovacích hodin je pro studenty důležitý.

#### **4) Pro většinu studentů bude velmi důležitý jak přístup učitelů, tak i ochota pomoci ze strany vedení školy.**

V této hypotéze musíme zanalyzovat dvě otázky. Otázku č. 2 a otázku č. 7. Aby se hypotéza potvrdila, musí se potvrdit obě její části. Nejdříve přejdeme k otázce č. 2. Přístup vyučujících považuje za velmi důležitý 22 studentů z 37 dotazovaných, což dává 59%. Čili první podmínka hypotézy byla splněna. Co se týká otázky č. 7, zde považuje 20 studentů za velmi důležité ochotu pomoci ze strany školy, z 37 dotazovaných studentů vychází 54%. I druhá část hypotézy byla splněna. Jelikož byly obě stanovené podmínky splněny, daná hypotéza byla potvrzena. Studenti považují jak přístup učitelů, tak ochotu pomoci ze strany školy za velmi důležitou.

#### **5) Většinu poskytovaných služeb budou studenti hodnotit pozitivně.**

Poslední stanovená hypotéza je na vyhodnocení nejnáročnější. Zde budeme muset analyzovat každou otázku dotazníku a porovnat, zda se hodnocení studentů „velmi dobré-dobré“ objeví častěji než hodnocení „špatné-velmi špatné“.

Co se týká čísel, tak vzhledem k tomu, že bylo 14 uzavřených otázek hodnotící spokojenost a 37 studentů odpovídalo, což se rovná 518 odpovědí na spokojenost v celém dotazníku. Možnosti „velmi dobré-dobré“ byly nakonec zaškrtnuty 209krát, naproti tomu možnosti „špatné-velmi špatné“ 309krát. Čili k mému překvapení jasná převaha negativních odpovědí, konkrétně 60% ku 40%.

Daná hypotéza by se ještě dala vyhodnotit, jak v jednotlivých otázkách hodnotili studenti spokojenost a nespokojenost. Otázek bylo 14 a nakonec pouze ve třech otázkách převažovalo kladné hodnocení, ve zbylých 11 převažovalo záporné. Čili zde by poměr ještě vzrostl a to na závratných 21% ku 79% z pohledu spokojenosti.

Daná hypotéza byla vyvrácena a to z obou možných pohledů výpočtu. Pro mě velmi překvapivé výsledky. U studentů značně převažuje záporné hodnocení. Dané výsledky by určitě měly vést k zamyšlení i pro samotné vedení školy.

## 6 DISKUZE

Jak již bylo zmíněno dříve, výzkum spokojenosti zákazníků, v mém případě studentů lze provádět mnoha způsoby. V mém případě byl výzkum realizován formou dotazování studentů. Samotné šetření probíhalo kombinací písemného a osobního dotazování. Tyto dotazníky byly studenty vyplňovány ve škole, kde jim byly rozdány v průběhu jedné z vyučovacích hodin. Dotazník vyplnilo 37 studentů. Může se zdát, že velikost vzorku nebyla dostatečná. Vzhledem k tomu, že škola je nová na trhu, studuje na ní v oboru, který jsem sledoval, 39 studentů celkově, nejedná se o špatné procento vybraných dotazníků od studentů daného oboru. Lehkým výpočtem zjistíme, že od pouhých dvou studentů se nepodařilo zajistit vyplněný dotazník. Domnívám se, že vypovídající hodnota dotazníku je poměrně vysoká. Pro ověření vhodnosti dotazníku byla provedena pilotáž na 12 studentech UK FTVS. V dané chvíli pilotáž neobjevila žádné zásadnější problémy se skladbou dotazníku, později se však u otázky na dopravní dostupnost možné problémy objevily.

Co se týká stanovených hypotéz, ty byly v některých případech potvrzeny, v jiných naopak vyvráceny. Ještě jednou bych se chtěl vrátit k poslední hypotéze, která vlastně hodnotila dotazník jako jeden celek. Výsledky zde vyšly značně negativně, což pro mě osobně bylo největší překvapení tohoto výzkumu. Domníval jsem se, že výsledky budou zkresleny počtem studentů v prvním ročníku, kteří tvořili více jak polovinu dotazovaných a u kterých jsem očekával všeobecnou spokojenost s novou školou, kde se teprve zabydlují, avšak opak byl pravdou.

## 7 ZÁVĚR A DOPORUČENÍ

V této kapitole bych se rád zamyslel nad výsledky, které byly získány při realizaci výzkumu. Dále bych rád zmínil některá doporučení pro vedení školy.

Cílem této bakalářská práce bylo zjistit spokojenost studentů studující na střední škole G.A.P. education s výukou v oboru Ekonomika a podnikání se zaměřením na management sportovních klubů a obchodních firem s poskytovanými službami. Jako vhodný nástroj pro výzkum bylo zvoleno dotazování. Otázky byly koncipovány ze dvou hledisek, první část otázky se ptala na důležitost určitého faktoru a následně hodnocení daného faktoru.

Co se týká otázek na pedagogický sbor, přesněji řečeno, otázky na odborné znalosti a přístup vyučujících, tak tyto otázky jako jedny z mála skončily pozitivním výsledkem. I když vždy se našlo i dost studentů, kteří nebyli spokojeni s odpovídající úrovní pedagogických pracovníků. Proto si myslím, že v tomto případě by měla určitě škola zvýšit hospitace v jednotlivých hodinách a důkladněji sledovat náhodně vybrané vyučovací hodiny jednotlivých pedagogů.

Naopak na otázky rozvrhu hodin a skladby předmětů v jednotlivých ročnících odpovídali studenti výrazně negativně. Zde je potřeba zmínit již vyřčené, že na této škole pracuje mnoho externích pracovníků na zkrácený pracovní úvazek. Od vedení školy jsem se dozvěděl, že rozvrh se tvoří hlavně na základě toho, aby to vyhovovalo těmto pracovníkům a vše do sebe zapadalo, čili aby tito externí pracovníci stíhali dojíždět do školy na dané předměty a nekolidovalo jim to s jejich hlavním pracovním poměrem. Proto je logické, že je mnoho nespokojených studentů, protože při skládání rozvrhu musí škola upřednostňovat pedagogické pracovníky a třídy mají mnohdy hodně roztahané rozvrhy. Zde je možné doporučení, pokusit se získávat více pedagogických pracovníků na hlavní pracovní poměr.

Další závažný fakt je, že studenti hodnotí negativně ochotu pomoci ze strany vedení školy. Přitom se domnívám, že to by měla být jedna ze zásadních věcí, na kterou by se škola měla zaměřit. Pokud vedení školy nenaslouchá nebo naslouchá málo na opakující se výtky studentů, je jasné, že něco v dané škole nefunguje. V tomto případě by určitě mělo vedení školy zvýšit aktivitu v komunikaci se svými studenty. Jednou z možností může být tzv. „schránka důvěry“, kam můžou studenti vhadzovat své návrhy,

připomínky, stížnosti. Jednou za periodu, např. měsíc, by mělo vedení školy tuto schránku otevřít a prozkoumat názory studentů. V případě opakujících se stížností na konkrétní problémy, učitele či věci, se jimi zabývat.

U interiéru školy, který nebyl pro studenty sice až tak důležitý, avšak opět převládalo negativní hodnocení, se domnívám, že může být podstatnější pro vedení školy, než sami studenti hodnotí. Hlavně z pohledu nových potenciálních studentů, kteří např. na Dni otevřených dveří určitě zaznamenají, jak vypadá škola zevnitř a může to být jeden z významných faktorů. Domnívám se, že pokud student váhá mezi dvěma školami, tak právě interiér může být tím klíčovým faktorem pro rozhodnutí. Od vedení školy mi bylo řečeno, že se hodně za poslední dobu na interiéru zapracovalo, avšak v současné době volné prostředky míří do důležitějších míst, než je interiér školy. I zde se domnívám, že je možné interiér školy vylepšovat téměř zadarmo, např. mohou být využity výtvary samotných studentů při hodinách výtvarného umění a vyvěšeny po škole.

Další problém se týká „vybavenosti školy“. Řadím sem otázky na technické vybavení školy, vybavenost sportovních zařízení, úroveň sociálních zařízení. Tyto faktory jsou pro studenty velmi důležité nebo důležité a vždy převládalo silně negativní hodnocení. I u poslední otevřené otázky si studenti nejvíce stěžovali na sportoviště a sociální zařízení. Zde by mělo vedení školy zvážit své finanční možnosti a popřípadě rozšířit vybavení školy, ať už modernizací sportovišť nebo technickým vybavením, ale začít by určitě mělo se sociálními zařízeními, které se domnívám, by měly být na odpovídající úrovni.

Na závěr bych se rád vrátil k některým zajímavým statistickým ukazatelům, které vzešly z daného výzkumu. Co se týká důležitosti jednotlivých faktorů, tak na prvním místě jsou pro studenty odborné znalosti vyučujících, nikterak překvapivý výsledek. Naopak na druhé straně nejméně důležitým faktorem byl pro studenty vzhled interiéru školy. U spokojenosti byly výsledky ještě zajímavější. Nejvíce spokojeni byli studenti s faktorem, který pro ně byl i nejdůležitější, čili odborné znalosti vyučujících. Nejméně spokojeni byli studenti se vzhledem interiéru školy, čili i zde vznikla kombinace, ale opačného rázu, že s nejméně důležitým faktorem jsou studenti nejvíce nespokojeni.

Celkové výsledky lze tedy hodnotit negativně. Až na výjimky, konkrétně tři otázky (odborné znalosti vyučujících, přístup vyučujících a poměr povinných a

profilujících se předmětů) vyšly ostatní s negativním, maximálně neutrálním hodnocením (poloha školy).

Na druhou stranu je ale potřeba si uvědomit, že škola sice poskytuje služby svým zákazníkům, v tomto případě studentům, avšak nejedná se zde o klasický vztah firma-zákazník. Pokud se některá služba nelíbí zákazníkovi, prostě si ji nekoupí nebo neobjedná. A firma se musí orientovat na zákazníka, vyslyšet jeho potřeby. Ve škole je to jinak, student je sice zákazník školy, avšak nemusí být vždy na prvním místě. Nespokojenost studentů může plynout např. z vysokých nároků od učitelů nebo častému zkoušení a tato nespokojenost se může promítnout i do celkového pohledu na školu. Proto výsledky, které jsou sice zarážející a nelze je brát jistě na lehkou váhu, musíme vidět také z hlediska, že kdyby se vedení školy řídilo jen podle názorů studentů, tak by škola asi moc dlouho nefungovala. I z tohoto důvodu se domnívám, že může být zajímavé sledovat vývoj v příštích letech, kdy se očekává nárůst studentů a vypovídající hodnota výzkumu by zas mohla být o trochu větší a samozřejmě možnost srovnání s těmito nelichotivými výsledky.

Výsledky tohoto výzkumu je možné hodnotit, jak již bylo několikrát zmíněno, jakožto zarážející. Vzhledem k tomu, že škola není ještě moc dlouho na trhu a začátečnické chyby v různých oblastech jsou stále možné, dá se negativní hodnocení tak trochu i chápat. V příštích letech by se mělo vedení školy snažit tyto chyby co nejvíce odstranit. I z tohoto důvodu doufám, že tato bakalářská práce může být v mnohém přínosná. Už jen pro samotné vedení školy, pro které by mohly být tyto výsledky aspoň malým impulsem k zamyšlení nad změnami. Domnívám se, že tato práce přinesla řadu zajímavých podnětů a námětů pro vedení školy, avšak jak na tyto náměty samotné vedení školy zareaguje, je již pouze na ní.



# POUŽITÁ LITERATURA A INTERNETOVÉ ZDROJE

1. BÁRTOVÁ, H., BÁRTA, V., KOUDELKA, I. *Chování spotřebitelů a výzkum trhu*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2004. 209 s. ISBN 80-245-0778-1.
2. DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2002. 374 s. ISBN 80-246-0139-7.
3. HORÁKOVÁ, Iveta. *Marketing v současné světové praxi*. Praha: Grada Publishing, 1992. 368 s. ISBN 80-85424-83-5.
4. JANEČKOVÁ, L. – VAŠTÍKOVÁ M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-7169-995-0.
5. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Marketing Management*. Vyd. 12. Praha : Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
6. KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
7. NENADÁL, Jaroslav: *Měření v systémech managementu jakosti*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2004. 336 s. ISBN 80-7261-110-0.
8. NOVÝ, I., PETZOLD, J. *(NE)spokojený zákazník-náš cíl?!: jak získat zákazníka špičkovými službami*. 1. vydání. Praha : Grada, 2006. 159s. ISBN 80-247-1321-7.
9. PRŮCHA, J.; WALTEROVÁ, E.; MAREŠ, J.: *Pedagogický slovník – 6. aktualizované a rozšířené vydání*. Portál, Praha 2009. 400 s. ISBN 978-80-7367-647-6.
10. PŘIBOVÁ, Marie, et al. *Marketingový výzkum v praxi*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 1996. 248 s. ISBN 80-7169-299-9.

11. SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing školy*. 1. vydání. Zlín : EKKA Zlín, 1996. 384 s. ISBN 80-902200-8-8.
12. Český statistický úřad [online]. 15.4.2008 [cit. 2011-04-05]. Metodika-Mezinárodní klasifikace vzdělání ISCED 97. Dostupné z WWW: [http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodika\\_mezinarodni\\_klasifikace\\_vzdelani\\_i\\_sced\\_97](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodika_mezinarodni_klasifikace_vzdelani_i_sced_97).
13. *Eurydice* [online]. 2009/2010 [cit. 2011-04-05]. Struktury systémů vzdělávání a odborné přípravy v Evropě – Česká republika. Dostupné z WWW: [http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/eurybase/structures/041\\_C\\_Z\\_CS.pdf](http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/eurybase/structures/041_C_Z_CS.pdf).
14. *G.A.P. EDUCATION STŘEDNÍ ŠKOLA* [online]. 06. 01. 2011 [cit. 2011-04-05]. Obor management. Dostupné z WWW: <<http://www.gape.cz/>>.
15. *Zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon)* [online]. c2005, poslední revize 1.9.2007 [cit. 2011-04-05]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/dokumenty/novy-skolsky-zakon?highlightWords=%C5%A1kolsk%C3%BD+z%C3%A1kon>

# PŘÍLOHY

## Příloha č. 1 - Dotazník

Vážení studenti,

Prosím Vás o vyplnění těchto dotazníků, vytvořených pro bakalářskou práci na téma Marketingový výzkum soukromé střední školy se zaměřením na výuku sportovního managementu. V rámci zkvalitnění poskytovaných služeb Vás prosím o zodpovězení několika následujících otázek. Dotazník vznikl ve spolupráci s Fakultou tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze – oddělení sportovního managementu. Celý dotazník je anonymní. Váš názor je pro nás velice cenný. Vyplnění Vám nezabere více než 10 minut.

Děkuji za spolupráci, Lukáš Kotrba, UK FTVS



1) Odborné znalosti vyučujících na škole považuji obecně za:

velmi důležité                      důležité                      málo důležité                      nepodstatné

Odborné znalosti vyučujících na této škole jsou:

velmi dobré                      dobré                      špatné                      velmi špatné

2) Přístup vyučujících ke studentům považuji obecně za:

velmi důležitý                      důležitý                      málo důležitý                      nepodstatný

Přístup vyučujících ke studentům na této škole je podle mě:

velmi dobrý                      dobrý                      špatný                      velmi špatný

3) Skladba předmětů v jednotlivých ročnících je pro mě:

velmi důležitá                      důležitá                      málo důležitá                      nepodstatná

Skladba předmětů v jednotlivých ročnících je podle mě:

velmi dobrá                      dobrá                      špatná                      velmi špatná

4) Rozvrh vyučovacích hodin je pro mě obecně:

velmi důležitý                      důležitý                      málo důležitý                      nepodstatný

Rozvrh vyučovacích hodin je podle mého názoru:

velmi dobrý                      dobrý                      špatný                      velmi špatný

5) Poměr teoretické a praktické výuky je pro mě obecně:

velmi důležitý                      důležitý                      málo důležitý                      nepodstatný

Poměr teoretické a praktické výuky je podle mého názoru:

velmi dobrý                      dobrý                      špatný                      velmi špatný

6) Poměr povinných předmětů (Matematika, Český jazyk a literatura, Dějepis, ...) a profilujících se předmětů (Management ve sportu, Teorie sportu, ...) považuji za:

velmi důležitý                      důležitý                      málo důležitý                      nepodstatný

Poměr povinných předmětů (Matematika, Český jazyk a literatura, Dějepis, ...) a profilujících se předmětů (Management ve sportu, Teorie sportu, ...) na této škole považuji za:

velmi dobrý                      dobrý                      špatný                      velmi špatný

7) Ochotu pomoci ze strany vedení školy považuji za:

velmi důležitou                      důležitou                      málo důležitou                      nepodstatnou

Ochota pomoci ze strany vedení školy je podle mého názoru:

velmi dobrá                      dobrá                      špatná                      velmi špatná

8) Poloha školy vzhledem k možnostem dopravy je podle mého názoru obecně:

velmi důležitá                      důležitá                      málo důležitá                      nepodstatná

Poloha této školy je:

velmi dobrá                      dobrá                      špatná                      velmi špatná

9) Technické vybavení školy považuji za:

velmi důležité                      důležité                      málo důležité                      nepodstatné

Technické vybavení této školy je:

velmi dobré                      dobré                      špatné                      velmi špatné

10) Vybavenost sportovních zařízení školy je pro mě obecně:

velmi důležitá                      důležitá                      málo důležitá                      nepodstatná

Vybavenost sportovních zařízení této školy považuji za:

velmi dobrou                      dobrou                      špatnou                      velmi špatnou

11) Vzhled interiéru školy je pro mě:

velmi důležitý                      důležitý                      málo důležitý                      nepodstatný

Vzhled interiéru této školy je podle mého názoru:

velmi dobrý                      dobrý                      špatný                      velmi špatný

12) Teplota a její regulace (klimatizace) je z mého pohledu

velmi důležitá                      důležitá                      málo důležitá                      nepodstatná

Teplota v této škole je podle mého názoru:

velmi dobrá                      dobrá                      špatná                      velmi špatná

13) Odpovídající úroveň sociálních zařízení je pro mě:

velmi důležitá                      důležitá                      málo důležitá                      nepodstatná

Odpovídající úroveň sociálních zařízení v této škole je podle mého názoru:

velmi dobrá                      dobrá                      špatná                      velmi špatná

14) Cenu, kterou platím za výuku, považuji za:

velmi důležitou

důležitou

málo důležitou

nepodstatnou

Cena, kterou platím za výuku je:

velmi dobrá

dobrá

špatná

velmi špatná

15) Co konkrétně Vám chybí v naší škole? Jaké další služby a vybavení byste uvítal/a?

Co by se dalo podle Vašeho názoru vylepšit? (prosím doplňte)

---

---

---

---

---

---

---

---

## Příloha č. 2:

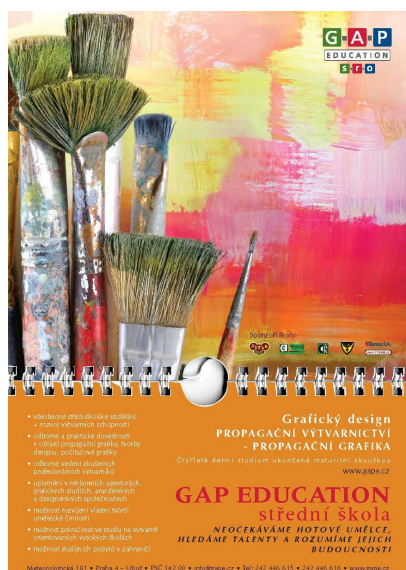
### Logo školy



Propagační panel ke stánku na veletrh Schola Pragensis navržený samotnými studenty školy G.A.P.



Propagační informační letáky poskytované potenciálním zájemcům o studium



## Malý skládací letáček do kapsy s nejdůležitějšími informacemi o všech studijních oborech školy

**G.A.P EDUCATION**  
střední škola s.r.o.

Meteorologická 181/2  
Praha 4 Libuš  
Tel.: 242 446 615/616  
775 161 616  
info@gape.cz  
www.gape.cz

**PARTNEŘI ŠKOLY**

**G.A.P EDUCATION**  
střední škola s.r.o.  
**GRAFIKA**  
**MANAGEMENT SPORT**

**GRAFICKÝ DESIGN  
PROPAGAČNÍ VÝTVARNICTVÍ  
PROPAGAČNÍ GRAFIKA**  
NOSČI NOVÝCH HODNOT, UMĚLCE, HLEDÁME  
TALenty A ROZUMÍME JEJICH BUDOUCNOSTI

**Čtyřleté denní studium  
ukončené maturitní zkouškou**

- všeobecné středoškolské vzdělání s rozvoj výtvárních schopností
- odborná a praktická dovednosti v oblasti propagační grafiky, tvorby designu, počítačové grafiky
- odborné vedení zkušených profesionálních výtvarníků
- uplatnění v reklamních agenturách, grafických studiích, reklamních, designových či výtvárně-projektových firmách a společnostech
- možnost rozvíjení vlastní tvůrčí umělecké činnosti
- možnost pokračovat ve studiu na výběrně orientovaných vysokých školách v naší i zahraničí
- možnost přesměrovat tvorbu v zahraničí a nabídnout své schopnosti na širém evropském pracovním trhu
- možnost studijních pobytů v zahraničí

**EKONOMIKA A PODNIKÁNÍ  
MANAGEMENT OBCHODNÍCH FIREM  
A SPORTOVNÍCH KLUBŮ**  
POSPORUJEME SPORTOVNÍM TALENTŮM VAŠICH DĚTÍ,  
GARANTUJEME KLIDNÉ STŘEDOŠKOLSKÉ VZDĚLÁNÍ

**Čtyřleté denní studium  
ukončené maturitní zkouškou**

- management související se sportem a sportovními aktivitami
- aktivování budoucí přípravování pro výkon funkcí na různých pozicích ve sportovních organizacích, sportovních klubech, sportovních agenturách, fitness a wellness centrech, rekreačních zařízeních, turistických cestovních agenturách a reklamních agenturách
- výuka ekonomie, marketingu, účetnictví, právní nauky a jejího zaměření na praktickou aplikaci těchto předmětů na oblast související se sportem a sportovními aktivitami
- možná výuka biologie, šlechtění
- výuka teorie a historie jednotlivých sportů a praktické sportovní kurzy
- individuální přístup ke studentům, kteří se věnují víceovému sportu a jsou časově vyčerpáni intenzivními tréninky
- možnost individuálních studijních plánů

**DÁLKOVÉ STUDIUM PODNIKÁNÍ  
NÁSTAVBOVÉ STUDIUM**  
DRUHÁ ŠANCE

**Tržba dálkové studium  
ukončené maturitní zkouškou**

- praktický nástavbový obor pro absolventy tříletých učebních oborů
- možnost získat úplné středoškolské vzdělání s maturitou
- odborná výuka předmětů potřebných k manažerské a podnikatelské činnosti v oblasti malých a středních firem
- příprava absolventů na vedení vlastní obchodní firmy
- možnost uplatnění ve sféře státní správy
- ekonomie, ekonomika podniku, účetnictví, management, marketing, právní nauka, administrativní práce s výpočetní technikou, výuka dvou cizích jazyků
- frekventanti denního studia mají dostupné všechny sociální výhody studentů
- frekventantům dálkové formy studia umožňuje studovat při řádném zaměstnání výuku jednou týdně v odpoledních a večerních hodinách





### **Příloha č. 3 - Seznam obrázků**

Obrázek č. 1: Organizace vzdělávací soustavy České republiky

Obrázek č. 2: Metodika-Mezinárodní klasifikace vzdělání ISCED 97

Obrázek č. 3: Shrnutí hlavních rozdílů mezi kvantitativním a kvalitativním výzkumem

Obrázek č. 4: Orientační schéma marketingového výzkumu

## **Příloha č. 4 – Seznam grafů**

- Graf č. 1: Názor studentů na důležitost odborných znalostí vyučujících
- Graf č. 2: Názor studentů na odborné znalosti vyučujících
- Graf č. 3: Názor studentů na důležitost přístupu vyučujících
- Graf č. 4: Názor studentů na přístup vyučujících
- Graf č. 5: Názor studentů na důležitost skladby předmětů
- Graf č. 6: Názor studentů na skladbu předmětů
- Graf č. 7: Názor studentů na důležitost rozvrhu vyučovacích hodin
- Graf č. 8: Názor studentů na rozvrh vyučovacích hodin
- Graf č. 9: Názor studentů na důležitost poměru teoretické a praktické výuky
- Graf č. 10: Názor studentů na poměr teoretické a praktické výuky
- Graf č. 11: Názor studentů na důležitost poměru povinných a profilujících se předmětů
- Graf č. 12: Názor studentů na poměr povinných a profilujících se předmětů
- Graf č. 13: Názor studentů na důležitost ochoty pomoci ze strany školy
- Graf č. 14: Názor studentů na ochotu pomoci ze strany školy
- Graf č. 15: Názor studentů na důležitost polohy školy vzhledem k možnostem dopravy
- Graf č. 16: Názor studentů na polohu školy vzhledem k možnostem dopravy
- Graf č. 17: Názor studentů na důležitost technického vybavení školy
- Graf č. 18: Názor studentů na technické vybavení školy
- Graf č. 19: Názor studentů na důležitost vybavení sportovních zařízení školy
- Graf č. 20: Názor studentů na vybavení sportovních zařízení školy
- Graf č. 21: Názor studentů na důležitost vzhledu interiéru školy
- Graf č. 22: Názor studentů na vzhled interiéru školy
- Graf č. 23: Názor studentů na důležitost teploty a její regulace
- Graf č. 24: Názor studentů teplotu a její regulaci
- Graf č. 25: Názor studentů na důležitost odpovídající úrovně sociálních zařízení
- Graf č. 26: Názor studentů na odpovídající úroveň sociálních zařízení
- Graf č. 27: Názor studentů na důležitost výše školného
- Graf č. 28: Názor studentů na výši školného
- Graf č. 29: Počet názorů studentů na jednotlivé nedostatky školy

## **Příloha č. 5 – Klasifikační kříže**

Klasifikační kříž č. 1: Odborné znalosti vyučujících

Klasifikační kříž č. 2: Přístup vyučujících

Klasifikační kříž č. 3: Skladba předmětů

Klasifikační kříž č. 4: Rozvrh vyučovacích hodin

Klasifikační kříž č. 5: Poměr teoretické a praktické výuky

Klasifikační kříž č. 6: Poměr povinných a profilujících se předmětů

Klasifikační kříž č. 7: Ochota pomoci ze strany vedení školy

Klasifikační kříž č. 8: Poloha školy vzhledem k dopravním možnostem

Klasifikační kříž č. 9: Technické vybavení školy

Klasifikační kříž č. 10: Vybavení sportovních zařízení školy

Klasifikační kříž č. 11: Vzhled interiéru školy

Klasifikační kříž č. 12: Teplota a její regulace

Klasifikační kříž č. 13: Odpovídající úroveň sociálních zařízení

Klasifikační kříž č. 14: Výše školného