

Bleskový průzkum:

Spokojenost středních škol s počtem
obdržených přihlášek

Studie Než zazvoní

11. dubna 2016





Studie o výběru střední školy

Tento dokument je veřejnou součástí širší dlouhodobé studie společnosti Než zazvoní, která mapuje proces rozhodování o výběru školy u žáků osmých a devátých tříd. Výsledky studie by měly sloužit především vedoucím pracovníkům středních škol k tomu, aby činili zodpovědná a efektivní rozhodnutí a výchovným poradcům základních škol pro zlepšení obrazu o žakovských preferencích. Posláním Než zazvoní je pomáhat školám k plným třídám.

Hlavní zjištění

- 📍 **Největší propad nastal u škol vyučujících učební obory.** Naopak k největšímu nárůstu počtu přihlášek došlo u gymnázií.
- 📍 **S výsledky počtu přihlášek je zcela či spíše spokojeno pouze 39 % respondentu.** 34 % z nich konstatovalo, že daný počet přihlášek očekávalo, i když pouze 4 % dotazovaných si byla výsledkem zcela jistá.
- 📍 **Spokojenost je nejvyšší u škol vyučujících všeobecnou přípravu, které jsou spokojeny ze 72 %, a pouze 6 % z nich je nespokojeno.** Následují školy obchodní a podnikatelské, které stejně jako školy všeobecné přípravy vyučují především obory zakončené maturitou.
- 📍 **Nejvíce nespokojeny jsou s počtem přihlášek zdravotnické školy – nespokojených je 75 %.** V žebříčku nespokojených škol následují polytechnické školy a školy vzdělávající žáky v oborech technických, stavebních a průmyslových, kde jsou často vyučovány učební obory.
- 📍 **Mezi respondenty jsou nejčastěji zmiňovanou příčinou úspěchu při náboru studentů marketingové aktivity, které ve školním roce 2015/2016 jejich škola vyvíjela.** Školy, které uvedly, že marketingová kampaň měla vliv na obdržený počet přihlášek, byly také s výsledkem nejvíce spokojeny.
- 📍 **K největšímu meziročnímu nárůstu mezi respondenty došlo u škol obchodních a podnikatelských, školy obdržely o třetinu více přihlášek.** Následují školy vyučující všeobecnou přípravu, tedy většinou gymnázia, které tradičně dosahují vysokého počtu přihlášek.
- 📍 **K nejvyššímu propadu přihlášek oproti školnímu roku 2014/2015 dle odpovědí respondentů došlo u škol vyučujících gastronomii, hotelnictví a provozní služby, které obdržely průměrně o 11 přihlášek méně než minulý rok.** Odpovědi se však výrazně liší mezi jednotlivými kraji.

Metodika

Studie byla provedena formou on-line dotazování zástupců středních škol. Participace na výzkumu byla nabídnuta náhodně vybraným středním školám ze všech krajů České republiky.

Výsledný vzorek po očištění dat činil 74 škol. Sběr dat proběhl v druhé polovině března 2016, bezprostředně po termínu odevzdání přihlášek, který byl stanoven na 15. března.

Kontakt

Studii vypracovalo Než zazvoní, s.r.o., které se věnuje poradenství základním a středním školám.

Mgr. Ing. Richard Malovič, Ing. Mgr. Petr Soukeník, Mgr. Karel Komínek, Bc. Aneta Košíková

info@nezzazvoni.cz

www.nezzazvoni.cz

Kontakt pro média

Bc. Aneta Košíková

kosikova@nezzazvoni.cz

733 778 256

Spokojenost s počtem přihlášek

Pouze 39 % z dotazovaných škol je s počtem přihlášek, které v polovině března obdržely, zcela či spíše spokojeno. Naopak 36 % respondentů vyjádřilo nespokojenost se současnou situací. Střední kategorie je zastoupena 26 % dotazovaných, kteří nemají na stav obdržených přihlášek vyhraněný názor.

Jste s výsledkem spokojeni?

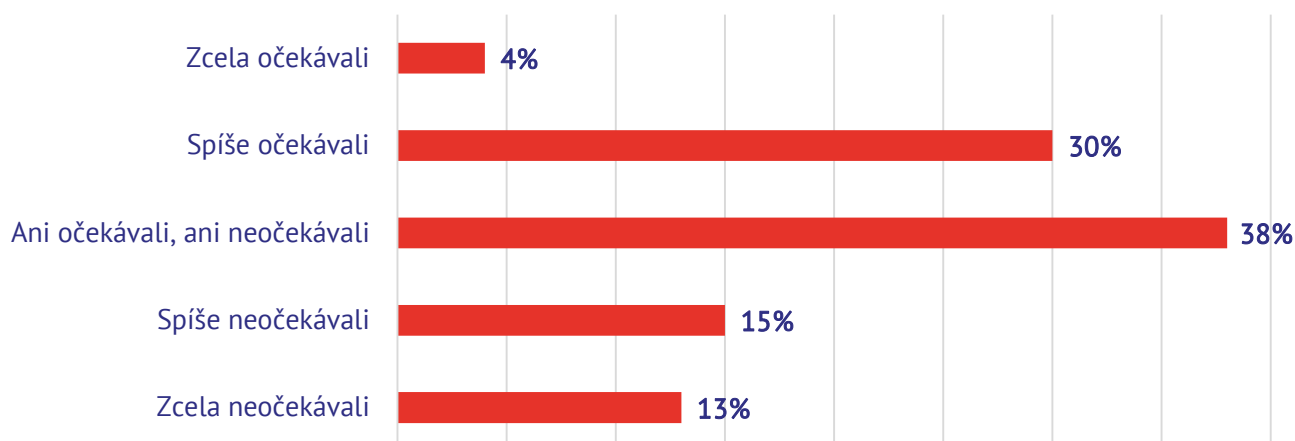
N = 74



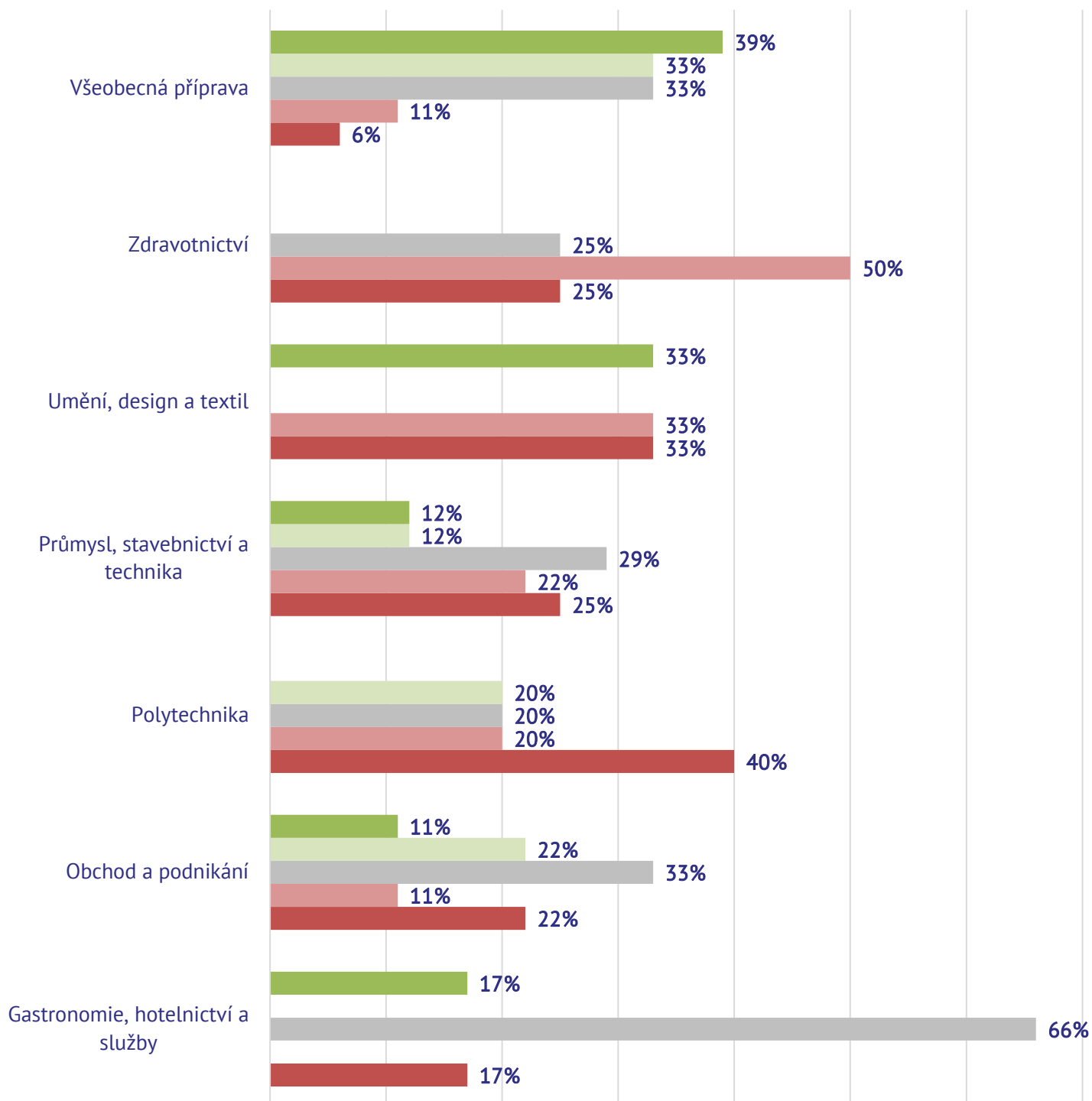
Pro většinu dotazovaných zástupců středních škol není počet obdržených přihlášek žádným překvapením, 34 % z nich konstatovalo, že bylo s výsledky předem smířeno, i když pouze 4 % dotazovaných si byla výsledkem zcela jistá. Oproti tomu pro 13 % respondentů byl dosažený výsledek překvapením. Opět je nejpočetněji zastoupena střední kategorie se 38 %, která vyjadřuje neutrální názor.

Očekávali jste tento výsledek?

N = 74



Spokojenost s počtem přihlášek dle převažujícího zaměření školy N = 74



■ Zcela spokojeni
 ■ Spíše spokojeni
 ■ Ani spokojeni, ani nespokojeni
 ■ Spíše nespokojeni
 ■ Zcela nespokojeni

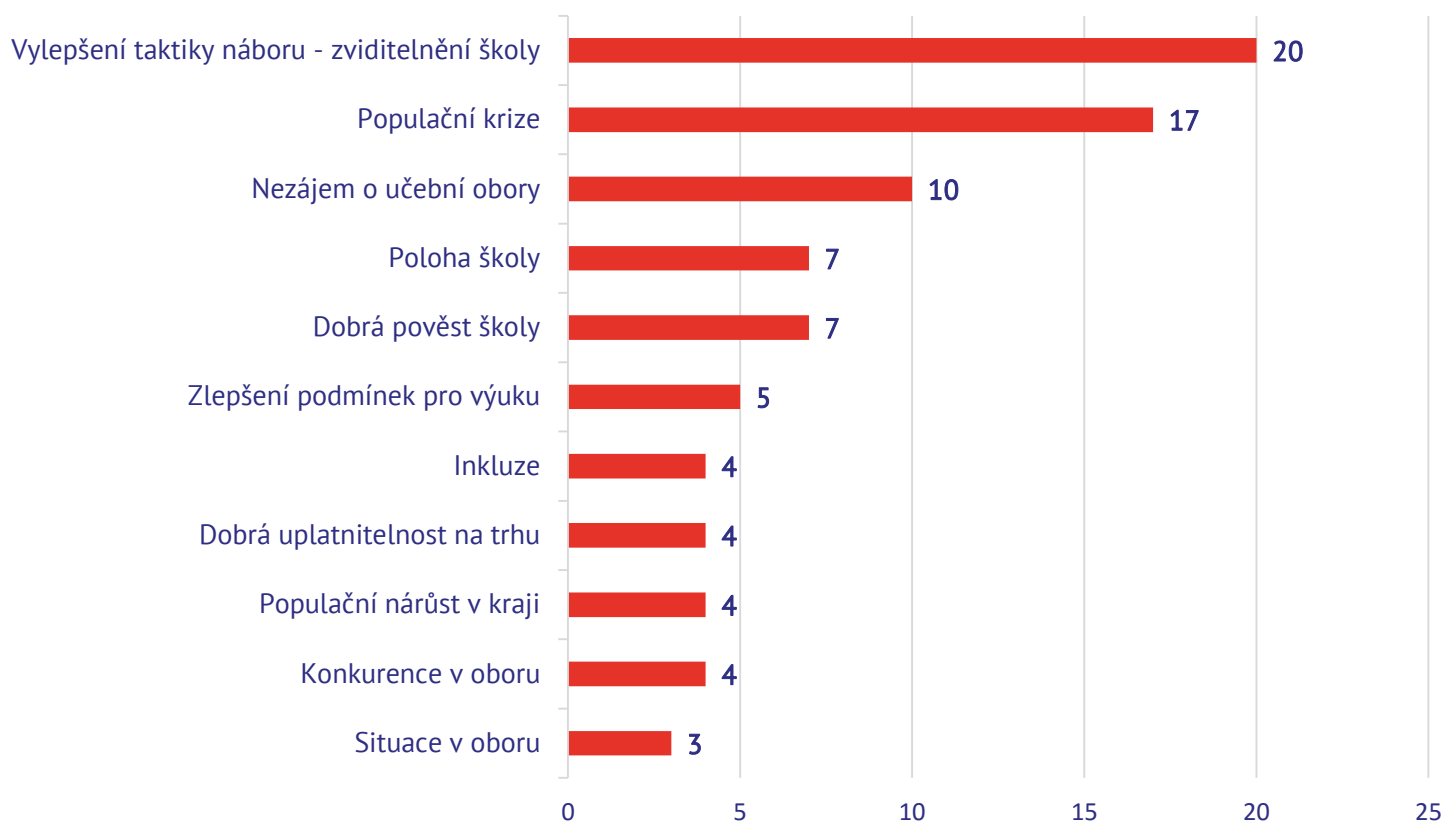
V předchozím grafu můžeme nalézt poměr odpovědí spokojenosti s počtem přihlášek dle hlavního zaměření školy. Podle odpovědí respondentů jsou s vývojem počtu přihlášek **nejvíce spokojeny školy vyučující všeobecnou přípravu – tedy z velké části gymnázia**, která jsou spokojena ze 72 % a zcela nespokojeno je pouze 6 % z nich. Naopak **nejméně spokojené jsou technické a průmyslové školy**, kdy spíše či zcela nespokojeno je 47 % respondentů. Z velké části nespokojené jsou také dotazované zdravotnické školy (75 %) a školy polytechnické, sdružující více zaměření (60 %).

Příčiny úspěchu či neúspěchu škol dle názoru respondentů

Jedna z klíčových otázek našeho průzkumu mířila na možné příčiny úspěchu a neúspěchu škol v náboru studentů, které měly identifikovat samotní respondenti. Odpovědi na otevřenou otázku byly sloučeny do kategorií a nejpočetnější z nich si je možné prohlédnout v následujícím grafu. Nejčastěji zmiňovaným vlivem na letošní počet přihlášek jsou dle dotazovaných zástupců škol **vlastní marketingové aktivity**, které uvedlo na 20 z nich. Je podstatné konstatovat, že se z **velké části jedná o školy, které jsou s počtem přihlášek letošní rok zcela či spíše spokojeny**.

Počet přihlášek pak na druhém místě dle názoru respondentů ovlivnil **nízký počet žáků vycházejících ze základních škol**, následovaný **nezájmem žáků o učební obory**. Dále pak respondenti jako možné příčiny uváděli také **dobrou pověst školy či polohu školy**. Ve 4 případech byla zmíněna také **inkluze**, která ovlivňuje zisk přihlášek především učebních oborů a praktických škol. V příloze studie je možné nalézt výběr odpovědí právě na tuto otázku.

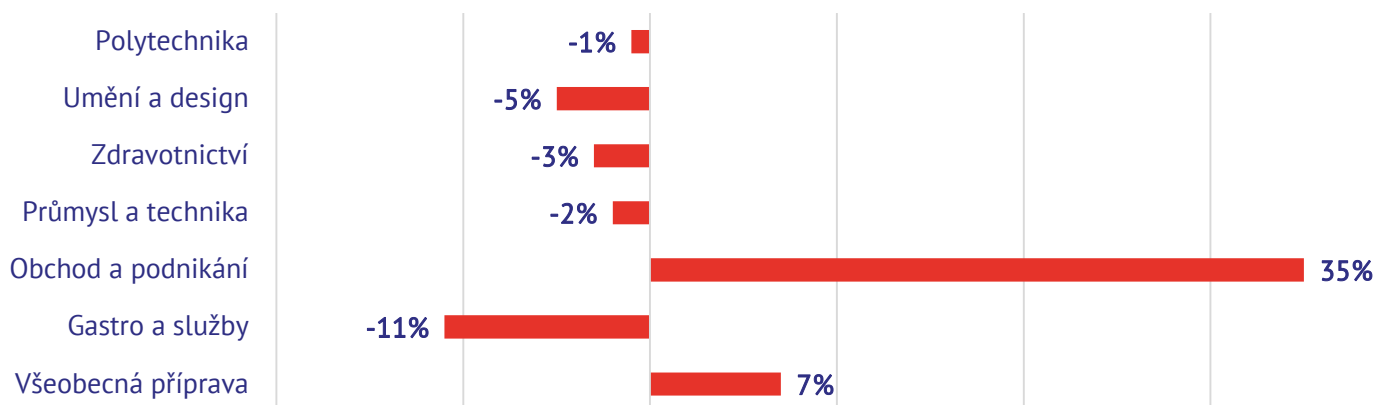
Co dle Vašeho názoru nejvíce ovlivnilo počet přihlášek, které jste letos obdrželi?



Meziroční rozdíl v počtu přihlášek

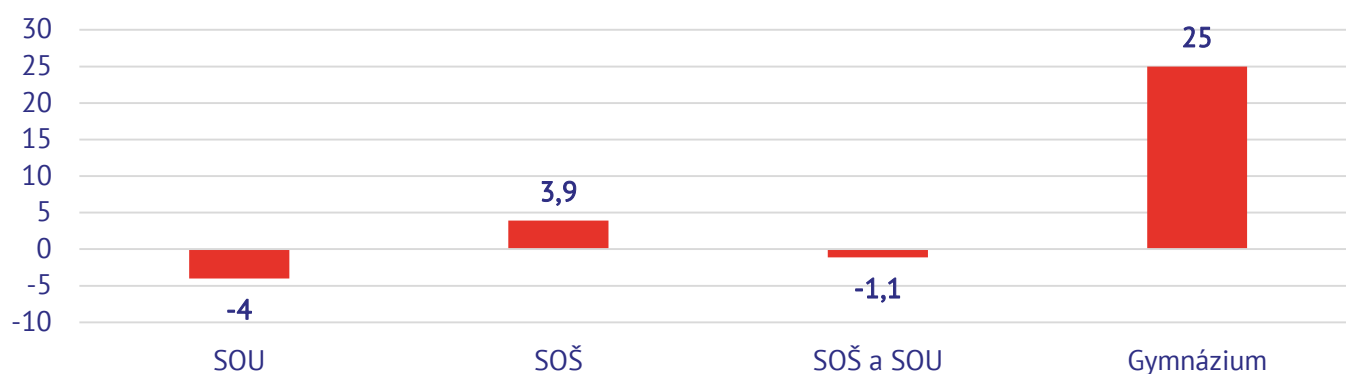
Nejvyššího nárůstu přihlášek se oproti náborovému období 2014/2015 dočkaly školy vyučující obchod a podnikání, které zaznamenaly v průměru o 35 % více přihlášek. Za nimi následují se 7% meziročním nárůstem školy vyučující všeobecnou přípravu. **Významný pokles zaznamenaly školy gastronomické, hotelové a provozní, jejichž průměrný zisk klesl v průměru o 11 %.** Je však nutné zmínit velké rozdíly mezi jednotlivými školami, které vyvěrají převážně z polohy škol. Jeden z extrémních případů zaznamenal dokonce 100% nárůst, naopak největší pokles byl téměř 60 %.

Průměrný rozdíl počtu přihlášek mezi roky 2015 a 2016 dle zaměření školy N = 74



Následující graf pak zobrazuje průměrný meziroční rozdíl v počtu přihlášek v závislosti na typu školy.

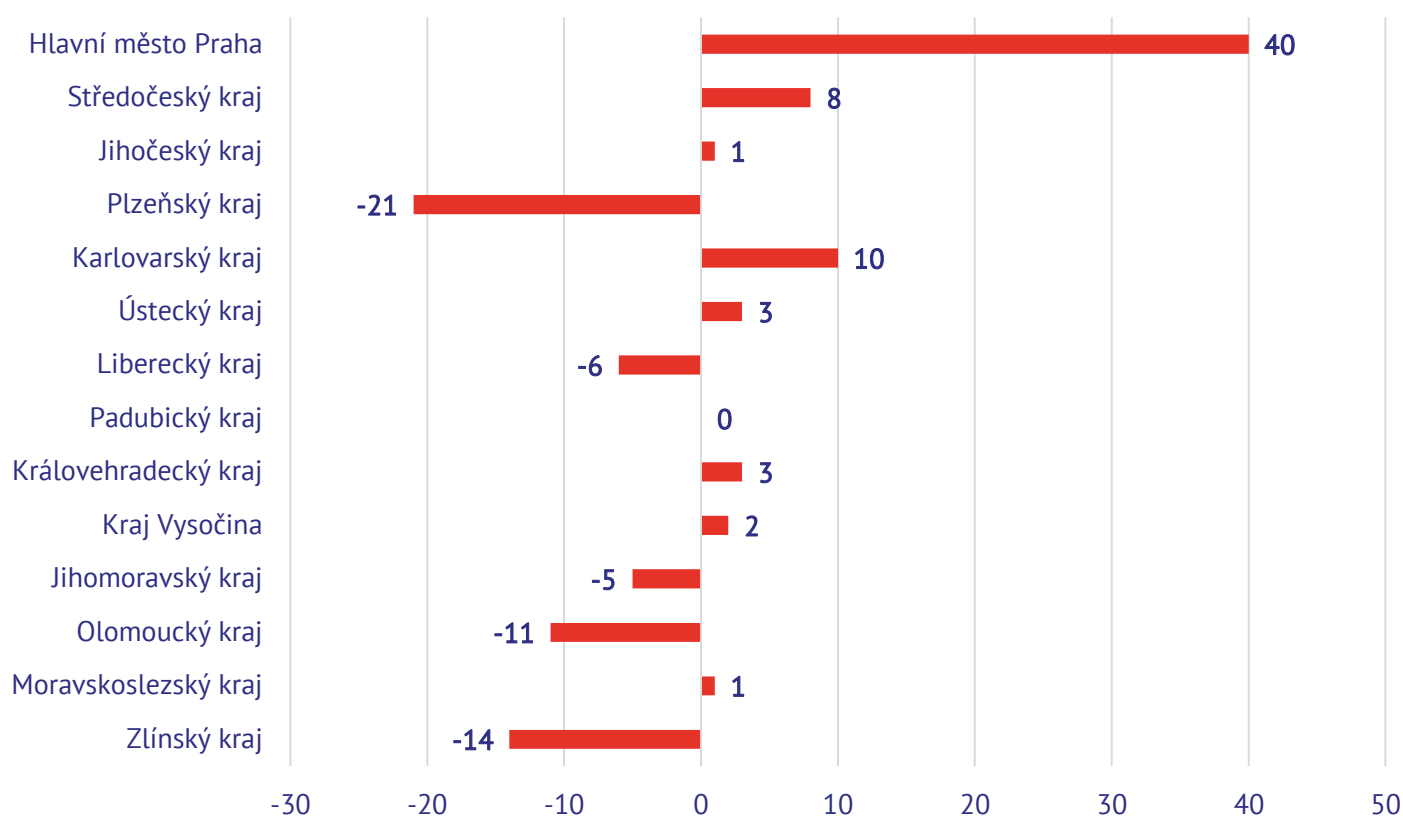
Průměrný rozdíl v počtu přihlášek mezi roky 2015 a 2016 dle typu školy



Typ školy byl zjišťován zpětně z dat, která byla školami poskytnuta. Dotazovaní, kde typ školy nebylo možné dohledat, nebyli do analýzy zahrnuti. **Nejvyšší zisk je na straně gymnázií, největší propad pak zažily školy vyučující obory zakončené výučním listem.**

Průzkumu se zúčastnily školy ze všech krajů české republiky, a tak jsme mohli udělat také analýzu meziročního rozdílu přihlášek dle kraje. Z důvodu nízkého počtu respondentů v některých krajích však nemůžeme zobecnit na celou populaci. Průměrný roční rozdíl let 2015 a 2016 v počtu přihlášek dle kraje pak dopadl následovně.

Průměrný rozdíl v počtu obdržených přihlášek mezi roky 2015 a 2016 dle kraje N = 74



Nejlépe je na tom Praha, kde dle odpovědí respondentů vzrostl zisk průměrně o 40 přihlášek. Následuje Karlovarský a Středočeský kraje s průměrným nárůstem o 10, respektive 8 přihlášek na školu. Nejhůře pak podle respondentů dopadly výsledky pro Plzeňský a Zlínský kraj, kterým průměrný zisk klesl o 21, respektive 14 přihlášek. Podobně jako v případě rozdílu počtu přihlášek dle studijního zaměření školy však musíme zkonstatovat, že v jednotlivých krajích jsou velké rozdíly mezi jednotlivými obory studia.

Vybrané odpovědi respondentů na otázku „Co dle Vašeho názoru, ať již negativně či pozitivně, nejvíce ovlivnilo počet přihlášek, které jste letos obdrželi?“

Pozitivní vliv

„V letošním roce jsme **změnili taktiku náboru**, poprvé jsme chodili po základních školách, upravili jsme webové stránky, vytvořili Facebook, do školy zavedli wifi pro žáky. Účastnili jsme se mnoha akcí, kde jsme se zviditelnili. **Investovali jsme do reklamních a propagačních předmětů.**“

„Výsledky školy, nábor žáků - akce školy, volnočasové aktivity.“

„**Nové varianty učebních oborů, nové propagační letáky**, paravány a vůbec celkový nový styl propagace školy. **Nové logo školy**. Zvýšené úsilí při náboru žáků a také absolvování školení firmy Než zazvoní.“

„S nábořem jsme spokojeni. V minulém školním roce nedošlo ke snížení počtu tříd, naopak jsme měli o třídu víc. V letošním roce to vypadá, že to bude obdobné. Náborových aktivit děláme opravdu hodně, máme velký počet dnů otevřených dveří, účastníme se burz škol a různých prezentačních akcí, včetně jarmarku řemesel, který se koná u nás ve škole. **Množství přihlášek je odrazem našich náborových aktivit, ale i dobrého jména školy.**“

„V našem regionu je historicky nejnižší počet uchazečů o studium na střední škole. V našem městě ve srovnání s uplynulým rokem -100 žáků. K tomu ještě přibyl fakt, že gymnázium povolili otevřít o jednu třídu navíc oproti loňskému roku, tzn. -30. V letošním roce jsme **změnili taktiku náboru, poprvé jsme chodili po základních školách, upravili jsme webové stránky, vytvořili Facebook**, do školy zavedli wifi pro žáky. **Účastnili jsme se mnoha akcí, kde jsme se zviditelnili. Investovali jsme do reklamních a propagačních předmětů.**“

„Pozitivně - **intenzivní nábor organizovaný školou**. Negativně - zastaralá budova pro konání odborného výcviku žáků před rekonstrukcí a **všeobecný nezájem o učební obory.**“

„DOD, nábor na ZŠ, výstavy Vzdělávání, **projekt pro žáky 7. - 9. tříd** - přicházejí do školy a zapojují se do vzdělávání v dílnách“

Negativní vliv

„Jsme učiliště a málo žáků se chce vyučit řemeslům, když se i se čtyřkami dostanou na střední odborné školy. O absolventy je velký zájem ze strany firem, všude mají nedostatek vyučených zaměstnanců, přesto žáci nemají zájem.“

„Situace ve zdravotnictví, malé platy asistentů, zatím ještě odborný dohled při práci, uzavírání některých oddělení v nemocnici.“

„Nezájem o technické obory, školné, integrace s postiženými žáky.“

„Negativní veřejné mínění o řemeslech a konkrétně o stavebnictví, nesmyslné požadavky rodičů na maturitní vzdělání u svých dětí, velice jednoduchá dostupnost středního vzdělání gymnaziálního typu, neochota mladých lidí fyzicky pracovat (manažerů, ekonomů a různých IT pracovníků máme “plné sklady”, ale slušného řemeslníka neseženete), **příjmací řízení NEFUNGUJE!! Je to jen alibismus politiků.**“

„**Neutěšená situace ve zdravotnictví**, medializace této situace (a bude hůř...), v našem případě **konkurence** několika SŠ, některé studijní a učební obory cílené na dívky - velká náborová akce, náležitě podpořená finančně, které my konkurovat nemůžeme, snižování atraktivity profesí ve zdravotnictví - velká náročnost, zodpovědnost, směnnost atd. X finanční ohodnocení.“

„Negativně: **nižší počet dětí**, pro studijní obor **strašák státní maturity**. Pozitivně: žádaný obor, široké uplatnění v praxi.“

„Negativně - **méně žáků než loni**, rodiče se bojí, když si děti musí vzít na sebe montérky - **nechuť k technickým oborům.**“

„**Blízkost Prahy**, ekonomický obor se vyučuje na všech typech škol - umělecké, technické, zemědělské.“

„Podpora vybraných škol ze strany kraje, **prestiž gymnázií**. V počtu 70 přihlášek jsou obě volby, 55 % je volba druhá.“

„**Nízký počet žáků ze ZŠ**, přičemž jsme již očekávali nárůst od letošního roku, neprofesionální spolupráce některých výchovných poradců.“

„Velké **poškození pověsti školy** vlastními učitelkami na veřejnosti v regionu. Přihlášky mimo region jsou ve stejném počtu jak poslední roky.“



Další informace a pomoc s kampaní pro přijímací řízení

Neváhejte se na nás obrátit pro další informace o chování a rozhodování žáků osmých a devátých tříd, nebo pokud máte zájem o pomoc s marketingem a kampaněmi zaměřenými na získání většího počtu uchazečů a následně studentů ve vaší škole.

Navštivte náš web www.nezzazvoni.cz, kde najdete další studie. Pro informace o školení a termíny nejbližších školení se podívejte na www.nezzazvoni.cz/jak-pomahame/skoleni/.

Kontakt

info@nezzazvoni.cz

www.nezzazvoni.cz