



Přihlášky na střední: Kdy je deváťáci podávají a co je ovlivňuje

Studie občanského sdružení Než zazvoní

25. února 2013



Studie o výběru školy

Tento dokument je veřejnou součástí širší studie občanského sdružení Než zazvoní, která mapuje proces rozhodování o výběru školy u letošních žáků devátých tříd.

Výsledky studie by měly sloužit především vedoucím pracovníkům středních škol k tomu, aby činili zodpovědná a efektivní rozhodnutí. Posláním občanského sdružení Než zazvoní je jim v tom pomáhat.

Shrnutí závěrů

- Naprostá většina deváťáků chce jít studovat na střední školu. Jen méně než jedno procento žáků se nechystá po základní škole pokračovat ve vzdělávání.
- Měsíc před uzávěrkou přihlášek (15. března) plné tři čtvrtiny žáků ještě nemají podány přihlášky.
- Deváťáci navštíví v průměru 1,6 dní otevřených dveří na středních školách.
- Nejčastějším zdrojem informací o středních školách jsou webové stránky. Na ty se podívá 77 % deváťáků. Web tak předčí svým významem všechny ostatní způsoby propagace včetně dnů otevřených dveří.



Metodika

Studie byla provedena formou on-line dotazování žáků devátých tříd. Participace na výzkumu byla nabídnuta náhodně vybraným základním školám z celé České republiky.

Výsledný vzorek po očištění dat činil **2636 respondentů z 175 měst České republiky a přibližně 400 základních škol**. Mezi respondenty bylo 51,6 % chlapců a 48,4 % děvčat.

Sběr dat proběhl v desetidenním období **12.–22. února 2013**.

Kontakt

Studii vypracovalo občanské sdružení Než zazvoní, které se věnuje poradenství středním školám.

Mgr. Ing. Richard Malovič, Mgr. Petr Soukeník, Mgr. Pavel Šíma

info@nezzazvoni.cz

www.nezzazvoni.cz

Kontakt pro média

Mgr. Petr Soukeník

soukenik@nezzazvoni.cz

777 002 674



Přihlášky se odkládají na poslední chvíli

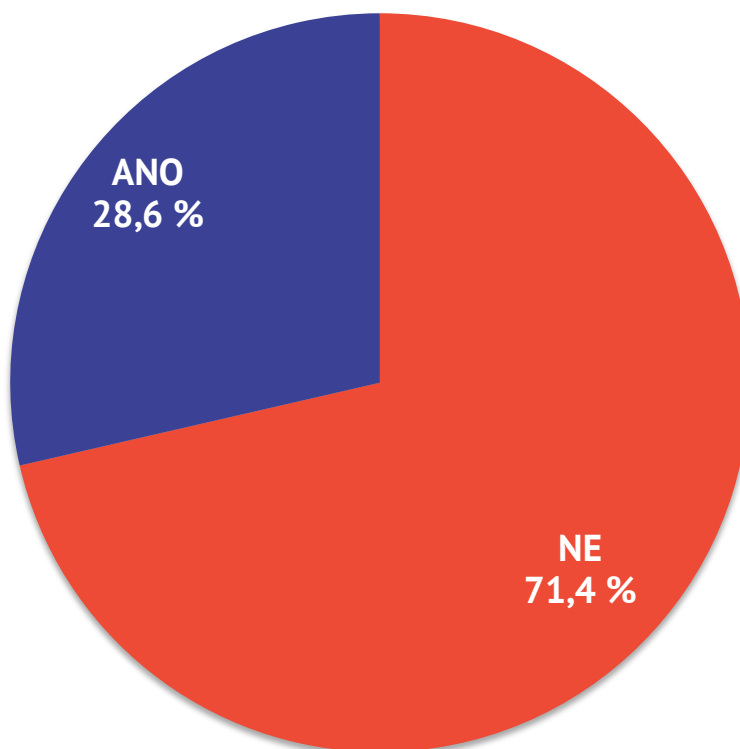
Přestože do uzávěrky přihlášek zbýval v době konání průzkumu pouhý měsíc, **tři čtvrtiny žáků devátých tříd ještě neměly podanou přihlášku na střední školy**. 99,2 % z nich přitom uvedlo, že chtějí pokračovat ve studiu na střední škole.

Při bližším pohledu ovšem zjistíme, že **většina žáků už je rozhodnutá o tom, kam si své přihlášky podají**.

Pozn.: Ze zkušeností občanského sdružení Než zazvoní vyplývá, že přestože devátáci deklarují do dotazníku rozhodnutí přihlásit se na konkrétní školy, jejich rozhodnutí se v posledním měsíci ještě často mění.

Měli devátáci měsíc před uzávěrkou podané přihlášky?

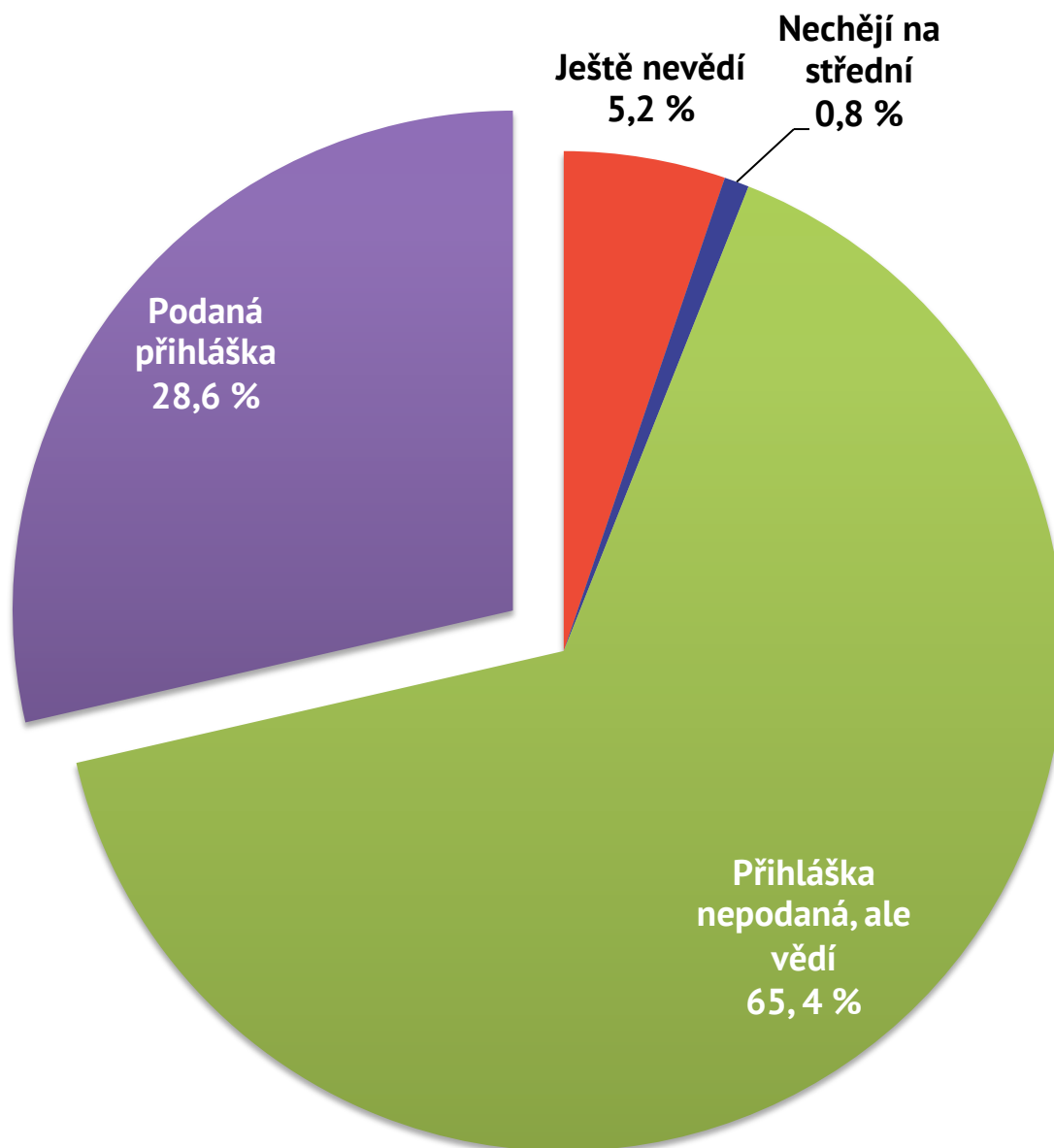
N = 2 490





Věděli devátáci měsíc před uzávěrkou příhlášek, kam se budou hlásit?

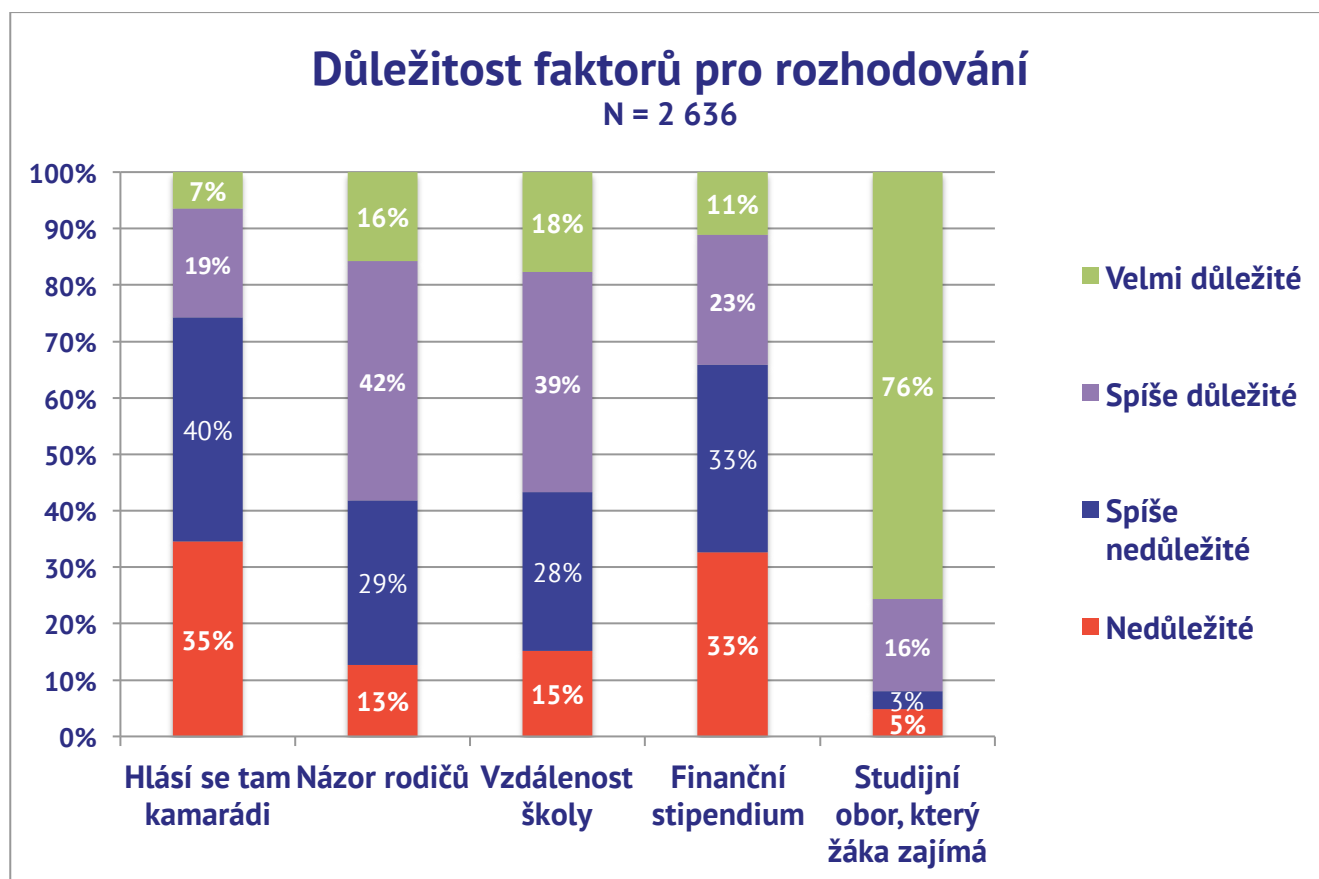
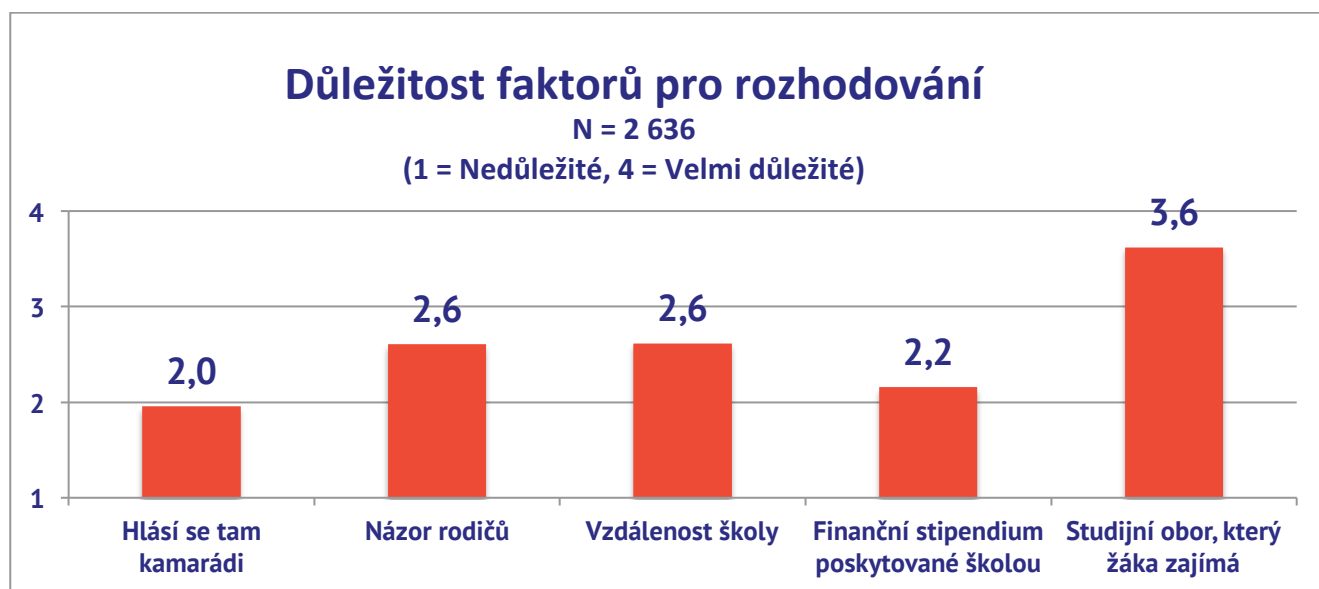
N = 2 490



Na prvním místě je studijní obor

Jako **nejdůležitější faktor pro volbu střední školy žáci uvádějí správný nabízený studijní obor.**

Důležitý je pro budoucí středoškoláky také názor rodičů a geografická poloha školy. Naopak spíše nedůležitá jsou finanční stipendia nabízená některými středními školami.

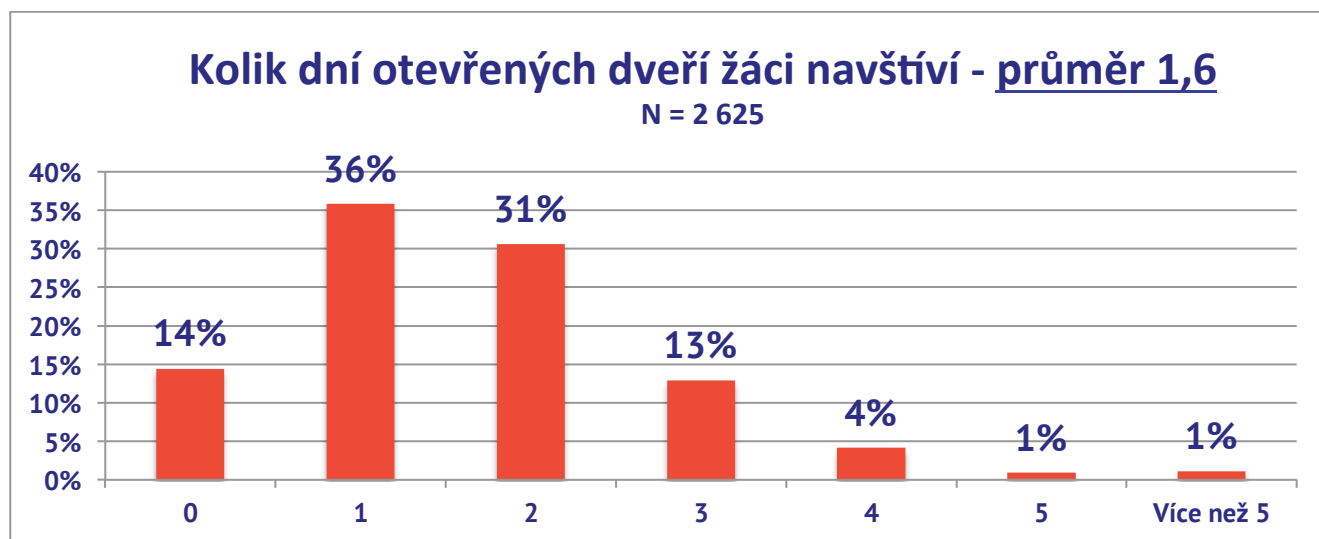
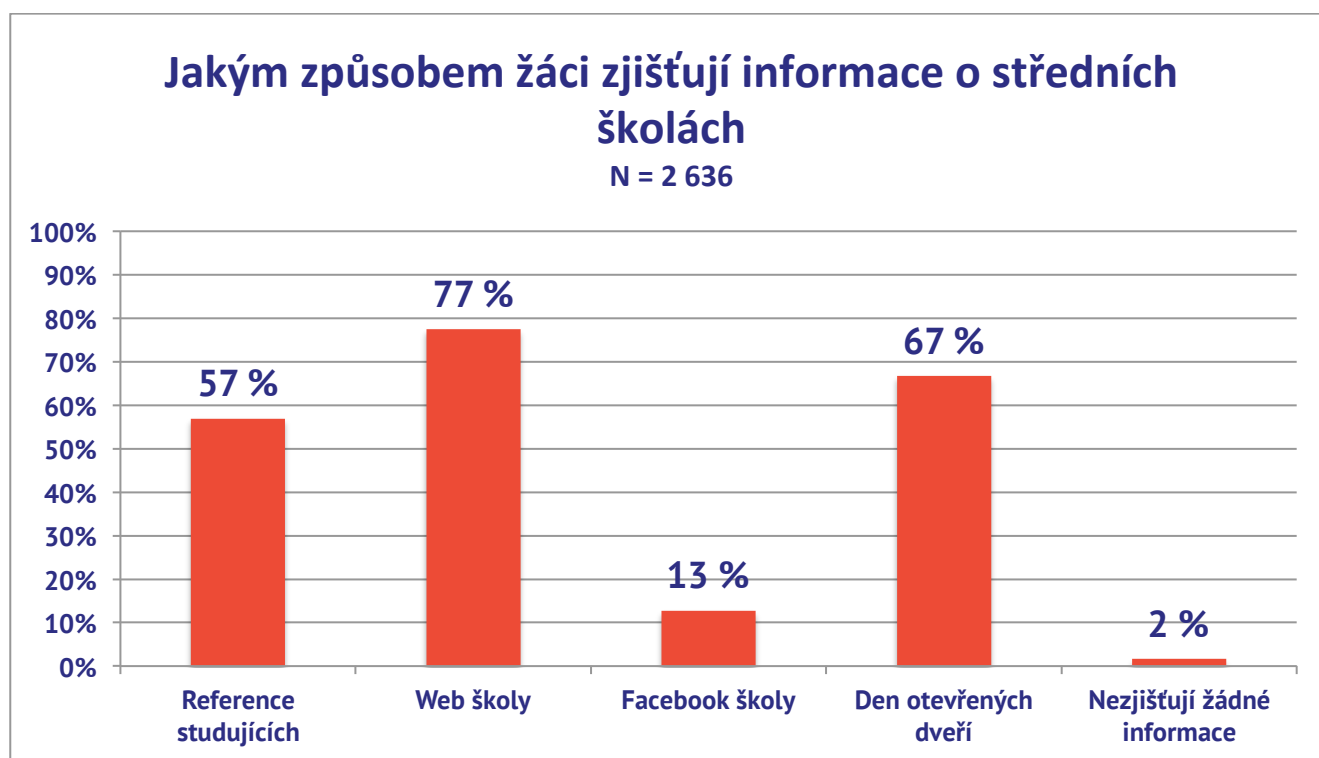




Ve zjišťování informací hraje prim internet

Webové stránky školy jsou nejčastěji používaným zdrojem informací o středních školách pro letošní deváťáky. Internetová prezentace škol se umístila o deset procentních bodů před tradiční formou propagace středních škol – dnem otevřených dveří.

Jako další indikátor klesajícího významu dnů otevřených dveří je i fakt, že **žáci v průměru navštíví jen 1,6 dnů otevřených dveří**.





Další informace a pomoc s kampaní pro přijímací řízení

Neváhejte se na nás obrátit pro další informace o chování a rozhodování žáků 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

O nás

Občanské sdružení Než zazvoní se pomáhá ředitelům a dalším vedoucím pracovníkům středních škol. Věnujeme se výzkumům a aplikaci marketingových poznatků do prostředí středních škol. Pomáháme školám s marketingem. Od roku 2011 jsme proškolili 37 marketingových pracovníků z 32 středních škol.

