

Rozhodování žáků základních škol o volbě střední školy

Deváťáci na dnech otevřených dveří

Studie Než zazvoní

2. ledna 2018





Studie o výběru střední školy

Tento dokument je veřejnou součástí širší dlouhodobé studie 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 žákovských preferencích. Posláním Než zazvoní je jim v tom pomáhat.

Hlavní zjištění

- 📌 Na konci roku 2017 bylo o svém dalším směřování zcela jistě rozhodnuto 75 % dotazovaných, zcela nerozhodnutých pak byla jen 3 % a těch, jejichž rozhodnutí je možné ještě změnit, je 22 %. Oproti říjnu 2017 tak výrazně ubylo nerozhodnutých a přibylo těch, kteří jsou již dnes jistí. Do termínu podání přihlášek zbývají ještě dva měsíce, které mohou s daty opět zahýbat – některé školy mohou žáky ztratit, jiné zase získat.
- 📌 V prosinci již celé dvě třetiny (67 %) dotazovaných devátáků navštívily alespoň jeden den otevřených dveří. Na den otevřených se chystá i 78 % těch, kteří to zatím nestihli.
- 📌 Devátáci se o konání dne otevřených dveří na škole, o kterou mají zájem, dozvěděli především z jejich webových stránek – a to v 45 % případů. Kvalitně zpracované a přehledné webové stránky s dostatkem informací jsou tak pro hojnou účast na dni otevřených dveří nezbytností.
- 📌 Respondenti mají zájem na dni otevřených dveří hovořit především se současnými žáky střední školy, kteří jsou pro ně nejdůležitějším zdrojem informací v 42 % případů. Přimo od vedení, tedy ředitelů či jejich zástupců, chce informace pouze 10 % respondentů. Zapojte své žáky!
- 📌 35 % žáků devátých tříd si chce na dnech otevřených dveří především vyslechnout přednášku o možnostech studia na škole a oborech, které střední škola nabízí. Školy by na přednášku od některého člena vedení školy neměly při plánování DOD zapomenout a zakomponovat ji jako jednotící prvek DOD pro každého návštěvníka.
- 📌 Téměř polovina devátáků se nejčastěji při vyhledávání informací o školách spoléhá na internet a webové stránky školy. Devátáci mají v 39 % důvěru také ve své nejbližší okolí, které má či mělo s danou školou něco společného – tedy kamarády, kteří na dotyčné škole studovali či studují. Třetím nejdůležitějším zdrojem informací je pak osobní zkušenost – tu devátáci získávají na dnech otevřených dveří.
- 📌 64 % devátáků, kteří mají za dva měsíce odevzdávat přihlášky na střední školu, přiznávají, že neví, zda má jejich vybraná škola stránku na Facebooku či skupinu pro zájemce o studium. 9 % dotazovaných pak rovnou ví, že škola stránku ani skupinu nemá. Přestože střední školy nevyvíjí úsilí o vytvoření skupin pro zájemce či budoucí studenty jejich školy, 69 % respondentů by o takovou skupinu mělo zájem. Školy by měly tohoto potenciálu pro efektivní follow-up využít a na Facebooku začít jednat.
- 📌 57 % dotazovaných by mělo zájem dostávat novinky o dění ve škole, a to v 41 % především do své mailové schránky a v 31 % pak prostřednictvím Facebooku. Školy by měly této příležitosti využít a začít s follow-up doprovodnými aktivitami ihned po dnech otevřených dveří.
- 📌 69 % respondentů navštívilo burzu či veletrh středních škol, avšak pouze 55 % z nich si myslí, že burza byla při rozhodování o volbě školy užitečná. Na burze se tak devátáci snaží především dozvědět základní, méně osobní informace. Burzy tak slouží spíše na nalákání uchazečů na dny otevřených dveří, které by pak měly být vrcholem náborového procesu.



Metodika

Studie byla provedena formou on-line dotazování žáků devátých tříd základních škol. V průzkumu participovaly desítky škol ze všech krajů České republiky.

Výsledný vzorek po očištění dat činil 2398 respondentů. Do vyhodnocení průzkumu byli zahrnuti pouze ti respondenti, kteří podali zápisový lístek na některou střední školu či učiliště a zodpověděli dostatečné množství otázek.

Sběr dat proběhl v období od 4. do 22. prosince 2017. Mezi respondenty bylo 52 % dívek a 48 % chlapců.

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

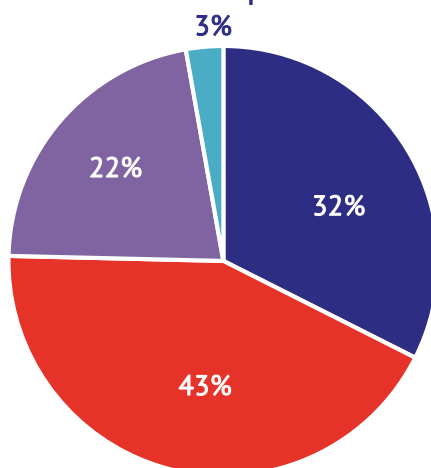
733 778 256

Základní zjištění

V prosinci 2017 bylo o svém dalším směřování zcela jistě rozhodnuto **75 %** dotazovaných. Těch, kteří zatím ještě vůbec neví, kudy povede jejich cesta jsou pouze **3 %**. **22 %** respondentů pak má jistou představu o svém budoucím směřování, ale jejich rozhodnutí o přihláškách školy ještě mají šanci změnit.

1. Víš už, kam si budeš podávat přihlášky?

N = 2398
prosinec 2017

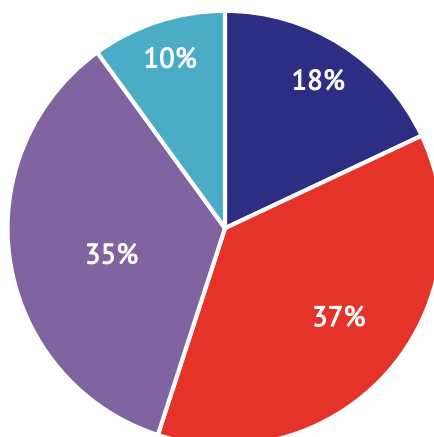


- a. Už vím přesně, kam se chci hlásit. Určitě se to nezmění.
- b. Mám už nějakou představu, která se pravděpodobně nezmění.
- c. Mám už nějakou představu, ale možná se ještě změní.
- d. Ještě vůbec nevím.

V grafu č. 2 pak lze nalézt data z loňského října, kdy bylo o výběru školy zcela rozhodnuto jen **55 %** dotazovaných – a **10 %** dotazovaných pak naopak vůbec nevědělo, kam se bude hlásit. Tato poměrně výrazná změna se udála v rozmezí pouhých dvou měsíců – žáci i školy však stále mají na podání přihlášek další dva měsíce, kterou mohou s daty opět zahýbat – a některé školy mohou žáky ztratit, jiné zase získat.

2. Víš už, kam si budeš podávat přihlášky?

N = 1438
říjen 2017

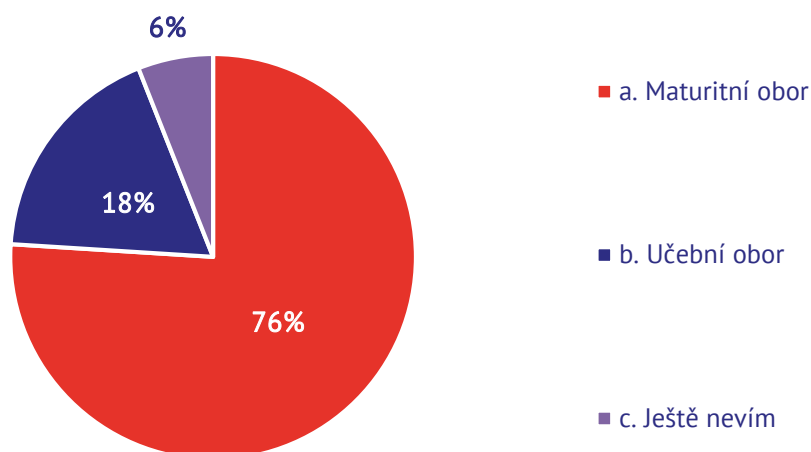


- a. Už vím přesně, kam se chci hlásit. Určitě se to nezmění.
- b. Mám už nějakou představu, která se pravděpodobně nezmění.
- c. Mám už nějakou představu, ale možná se ještě změní.
- d. Ještě vůbec nevím.

Stále přetrvávající trend propadu oblíbenosti učebních oborů se opakuje i tento rok – zatímco o maturitní obory má zájem více než tři čtvrtiny dotazovaných, učební obory zajímají pouze **18 %** respondentů, dalších **6 %** je pak ještě nerozhodnutých.¹

3. Chceš studovat maturitní nebo učební obor?

N = 2398

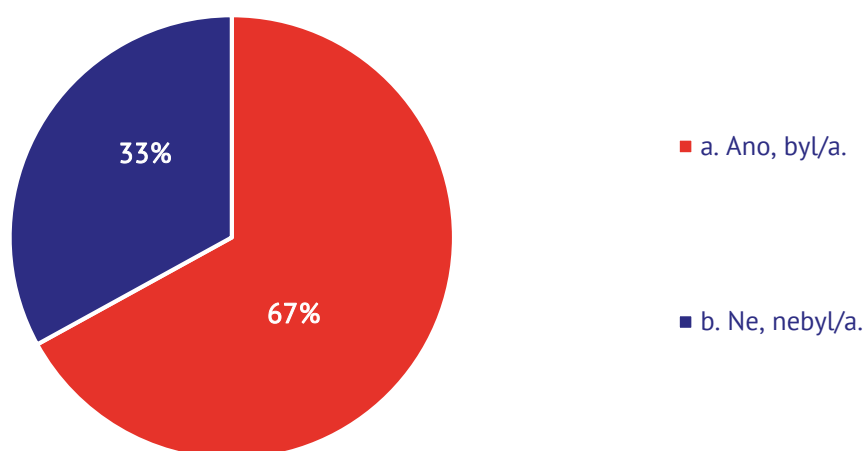


Návštěva dne otevřených dveří je pro deváťáky téměř povinnost

V prosinci již celé **dvě třetiny (67 %)** dotazovaných deváťáků navštívily alespoň jeden den otevřených dveří. Vzhledem k tomu, že sezóna DOD je teprve v půlce a během ledna a února školy alespoň jeden termín dne otevřených dveří pořádají, se dá říci, že pro většinu deváťáků je při rozhodování o volbě střední školy návštěva dne téměř povinností, a pro školu pak jedinečnou příležitostí získat žáka pro svoji školu.

4. Byla jsi už na DOD některé střední školy?

N = 2398

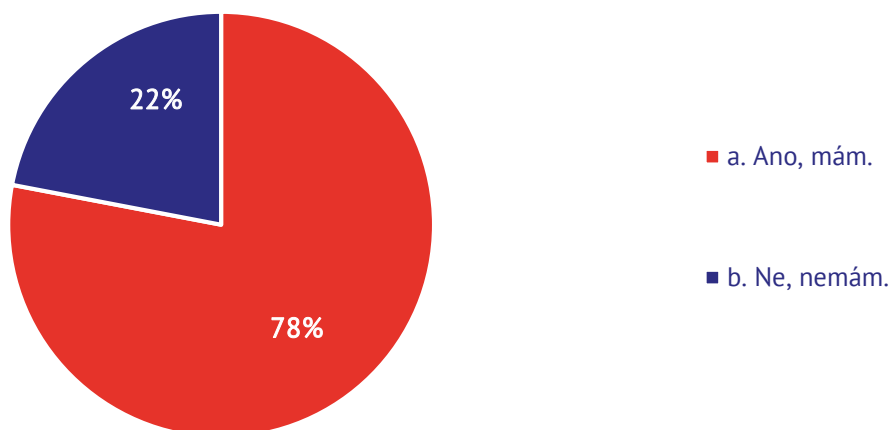


¹ V loňském roce si na prvním místě vybralo učební obor 22 % respondentů, na druhém místě pak 27 % respondentů. Více např. Průzkum Deváťáci po podání přihlášek z dubna 2017, ke stažení [zde](#).

Na den otevřených dveří se totiž chystá i **78 %** z těch, kteří na podzim ještě žádné DOD střední školy nestihli. Celkově tak o návštěvu na střední škole nemá zájem pouze **7 %** dotazovaných.

5. Máš v plánu jít na nějaký den otevřených dveří?

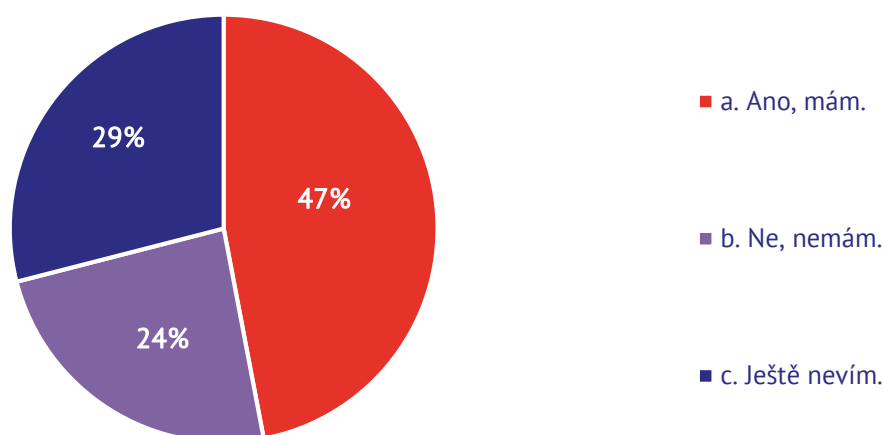
N = 794



V téměř polovině případů pak i ti, kteří již na dni otevřených dveří některé střední školy byli, si ještě alespoň jedno DOD zopakují i v novém roce.

6. Máš v plánu jít ještě na nějaký DOD střední školy?

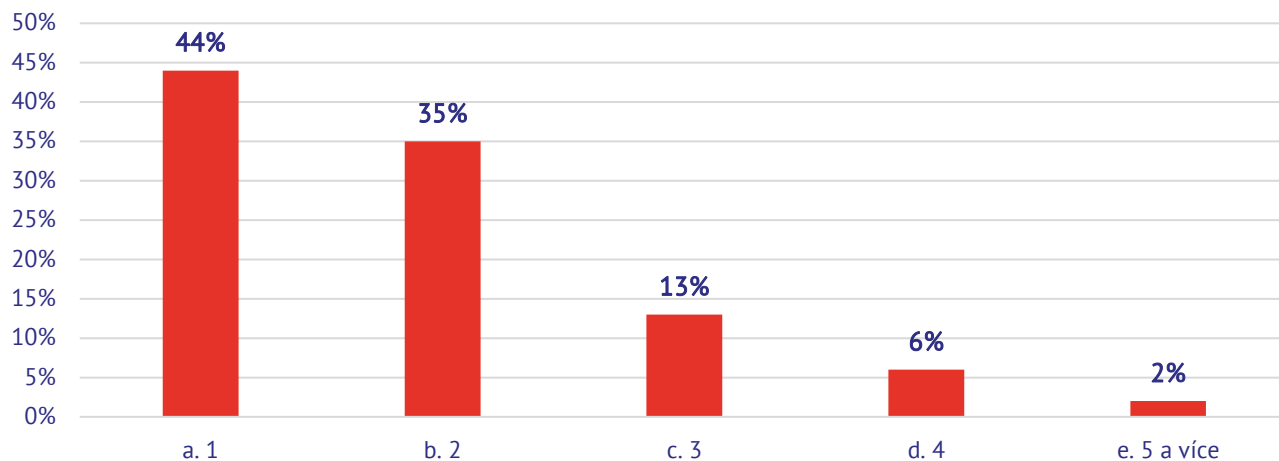
N = 1604



Deváťáci, kteří se již zúčastnili DOD, nejčastěji prozatím navštívili jeden den otevřených dveří (**44 %**), ovšem velmi často byli také na dvou dnech otevřených dveří – dohromady bylo na jednom či dvou DOD **79 %** dotazovaných respondentů. Tři a více DOD navštívila pouze **pětina** respondentů. Existuje tedy vysoká pravděpodobnost, že pokud žák navštíví na dni otevřených dveří vybranou školu, podá tam také i přihlášku.

7. Na kolika DOD jsi už byl/a?

N = 1604

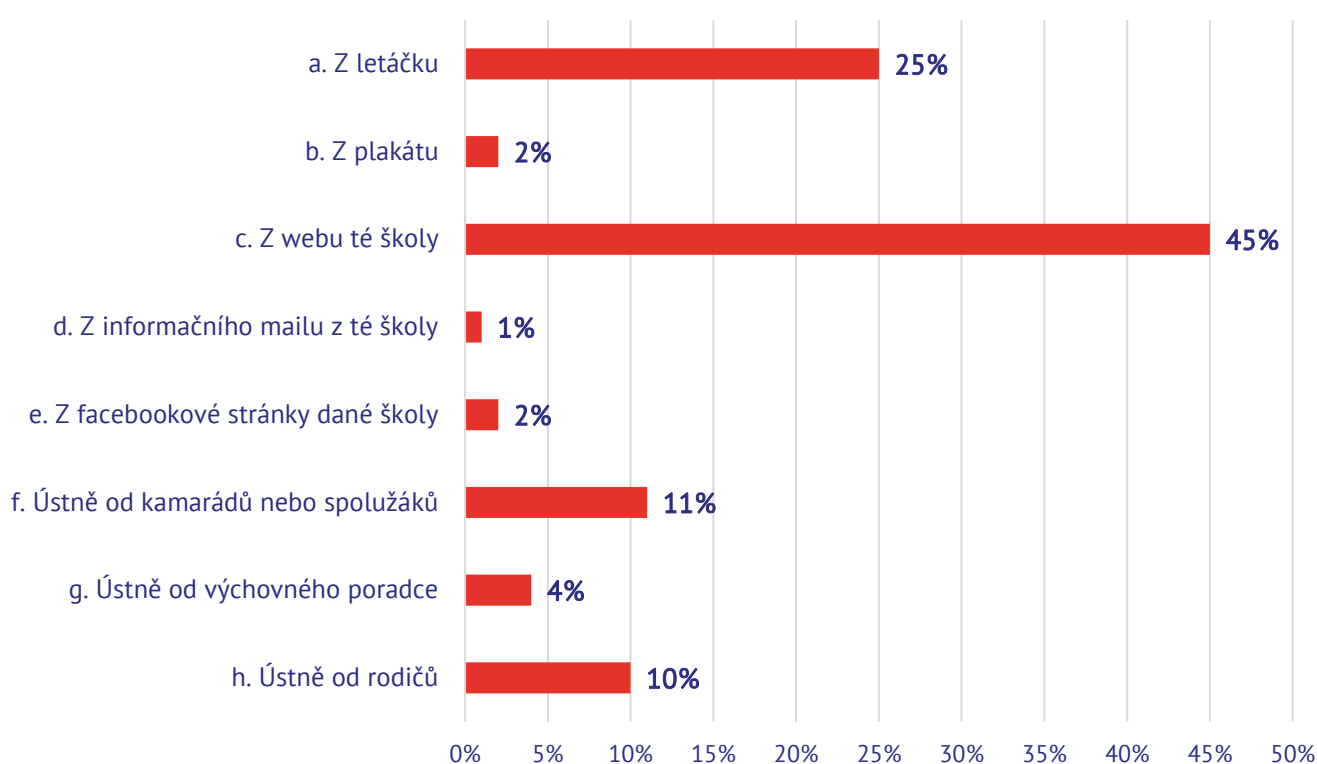


Informační zdroje a dny otevřených dveří

Dotazovaní deváťáci, kteří navštívili alespoň jeden den otevřených dveří se o konání dne otevřených dveří na škole, o kterou mají zájem, dozvěděli především z jejích webových stránek – a to v **45 %** případů. Čtvrtina respondentů také konání DOD zjistila z letáčku školy. **21 %** respondentů pak nejčastěji o konání DOD slyšelo ústně buď od rodičů či kamarádů. Přestože většina mladých lidí je na sociálních sítích každá den, respondenti se o DOD dozvěděli na Facebooku pouze ve **2 %** případů.

8. Jak ses nejčastěji dozvěděl/a, že se někde koná DOD?

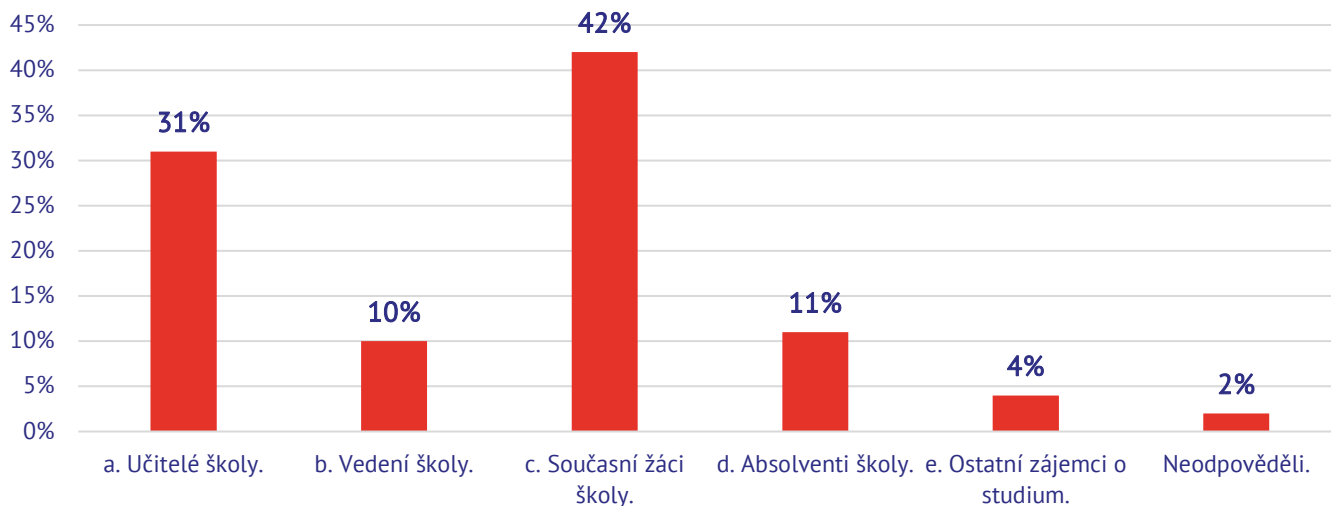
N = 1604



Zpovídání deváťáci mají zájem na dni otevřených dveří hovořit především se současnými žáky střední školy, kteří jsou pro ně nejdůležitějším zdrojem informací. V grafu na následující stránce lze vidět, že nejžádanější osobou na DOD jsou pro **42 %** respondentů. Velmi často by deváťáci také rádi dozvěděli informace od řadových učitelů na střední škole, kam mají zájem zavítat na den otevřených dveří – s těmi by si chtěli promluvit **31 %** dotazovaných. Přímo od vedení, tedy ředitelů či jejich zástupců, chce informace pouze **10 %** respondentů.

9. S kým si chceš na dnech otevřených dveří nejmíc popovídat?

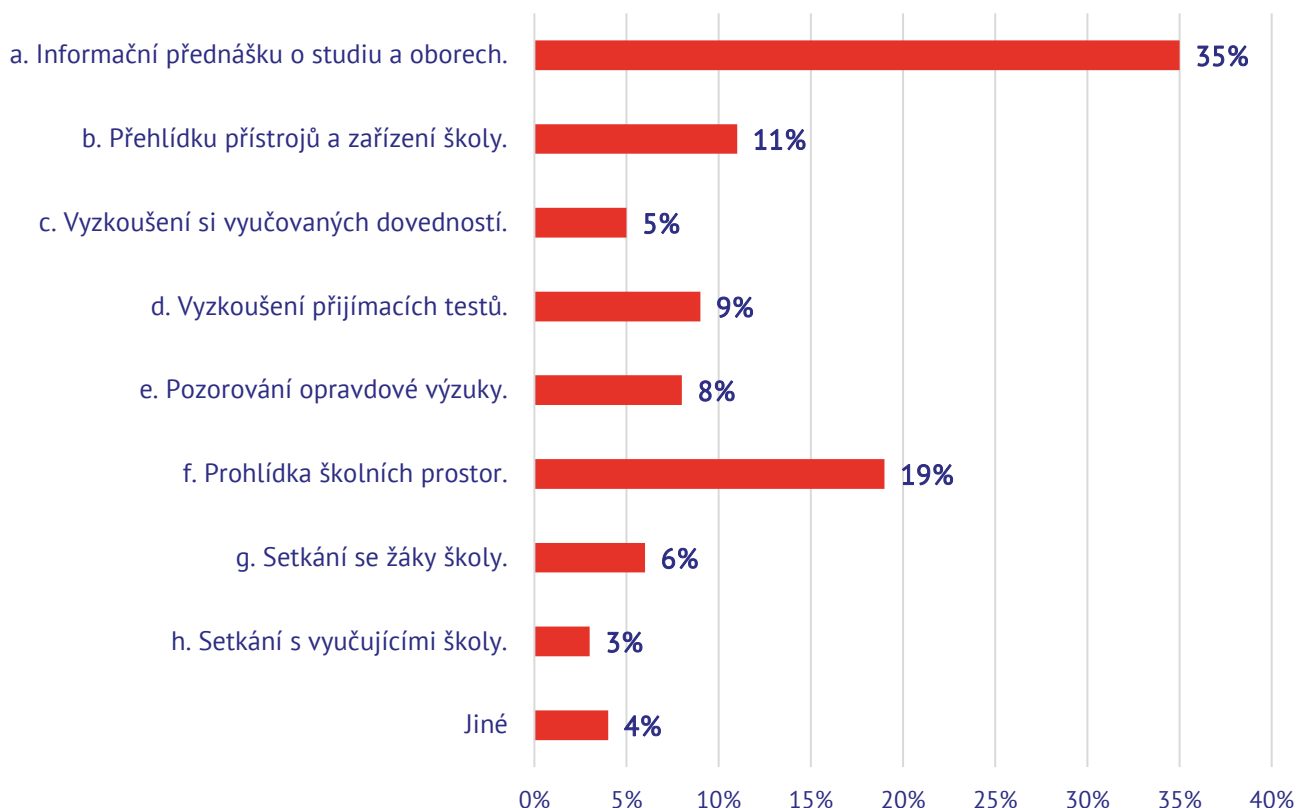
N = 1604



Žáci devátých tříd by si na dnech otevřených dveří chtěli především vyslechnout přednášku o možnostech studia na škole a oborech, které střední škola nabízí – to je nejdůležitější bod programu DOD pro 35 % dotazovaných deváťáků, kteří DOD již někdy navštívili. Důležitá je pak pro ně i prohlídka prostor školy – tu si vybralo 19 % dotazovaných.

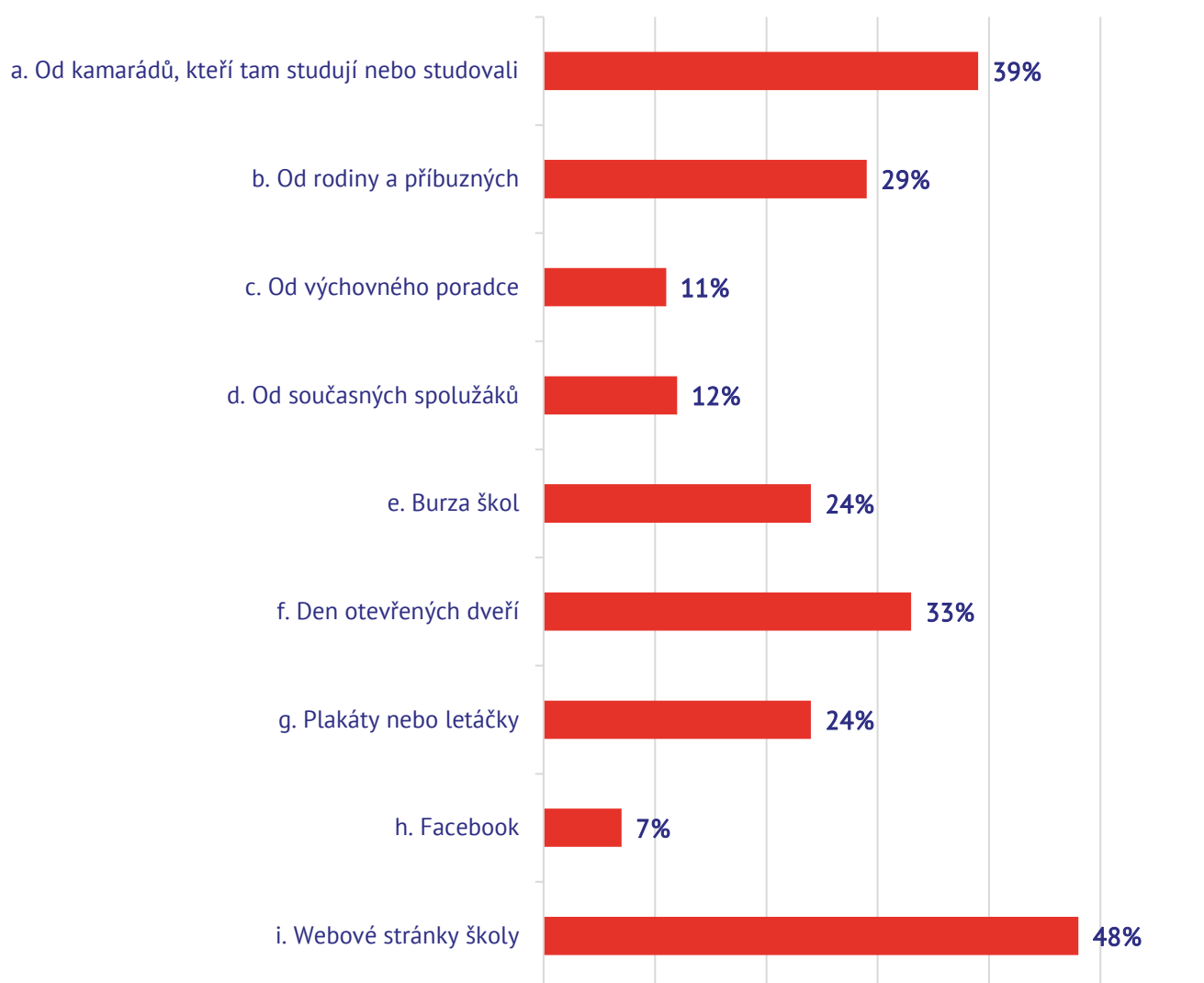
10. Co chceš na dni otevřených dveří nejmíce zažít?

N = 1604



V grafu č. 11 lze nalézt nejčastější informační kanály, ze kterých žáci devátých tříd při rozhodování o volbě školy zjišťují souhrnné údaje o školách. Respondenti mohli vybírat více odpovědí, proto graf vyjadřuje číselné vyjádření četnosti odpovědí. Deváťáci se spoléhají především na tři zdroje informací – internet a webové stránky školy, na kterých vyhledává informace téměř polovina všech dotazovaných - **48 % respondentů (1146 odpovědí)**. Jako důležité vnímají i své nejbližší okolí, které má s danou školou něco společného – tedy kamarády, kteří na dotyčné škole studovali či studují - **39 % respondentů (928 odpovědí)**. Třetím nejdůležitějším zdrojem informací je pak osobní zkušenost – tu získají pouze dnech otevřených dveří **33 % respondentů (728 odpovědí)**.

11. Z jakých zdrojů sis zjišťoval/a informace o středních školách? N = 2398

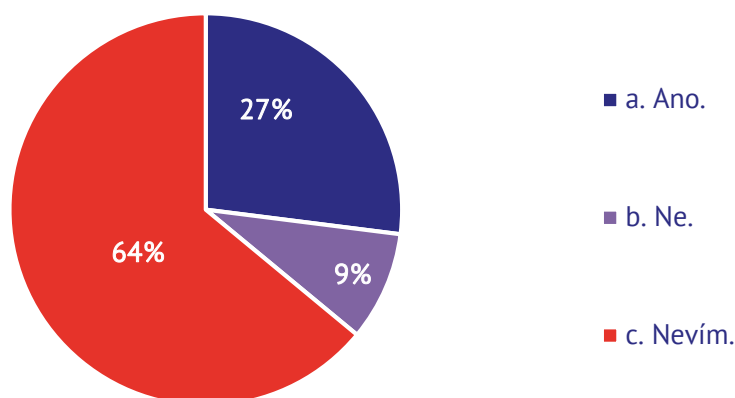


Follow-up stále nezapustil ve školském marketingu kořeny

Jak již víme z předchozího průzkumu o internetovém marketingu² více než **90 %** devátáků má účet na Facebooku a je na něm aktivní každý den. Školy však Facebook stále ještě neovládly. Některé školy Facebook nevyužívají vůbec, jiné pak neefektivně – i když se o profil či skupinu starají, nemají dostatečné publikum a o skupině či profilu nikdo třeba ani neví. **64 %** devátáků, kteří mají za dva měsíce odevzdávat přihlášky na střední školu, přiznávají že neví, zda má ta jejich vybraná škola stránku na Facebooku či skupinu pro zájemce o studium. **9 %** dotazovaných pak rovnou ví, že škola stránku ani skupinu nemá.

12. Má některá ze škol, o kterých uvažuješ na Facebooku stránku nebo skupinu pro zájemce?

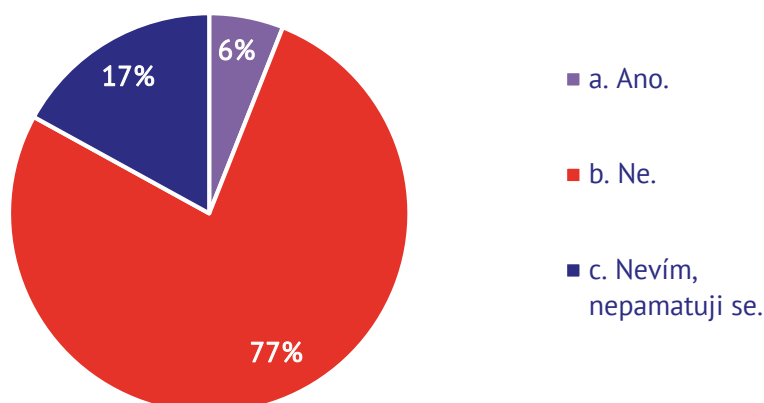
N = 2398



Vzhledem k tomu, že žáci neví, zda má jejich škola na Facebooku stránku nebo skupinu, nebyli do takové skupiny ani. K tomuto kroku se střední škola uchýlila pouze u **6 %** respondentů. **77 %** dotazovaných pak na skupinu upozorněno nebylo, **17 %** devátáků si pak nevzpomíná.

13. Pozval tě někdo z té střední školy, aby ses přidal/a do skupiny?

N = 2398

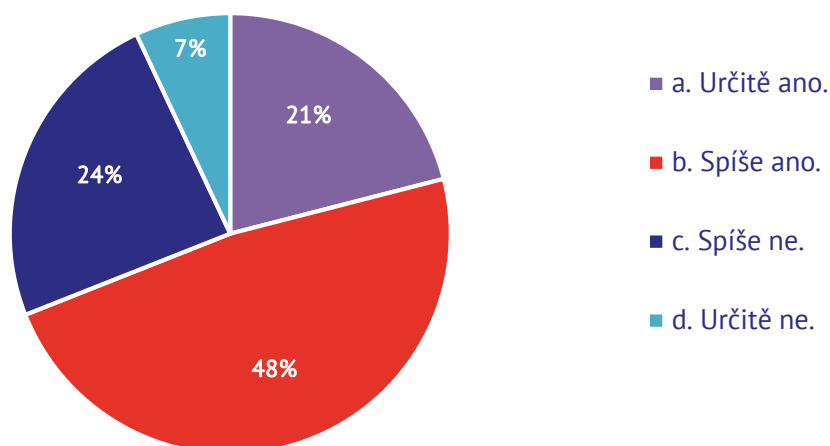


² Viz např. Devátáci a internetový marketing (říjen 2017), ke stažení [zde](#).

Přestože střední školy nevyvíjí úsilí o vytvoření skupin pro zájemce či budoucí studenty jejich školy, **69 %** respondentů by o takovou skupinu měli zájem. Proti je pak pouze **31 %** respondentů.

14. Přihlásil/a by ses do takové skupiny pro zájemce o studium?

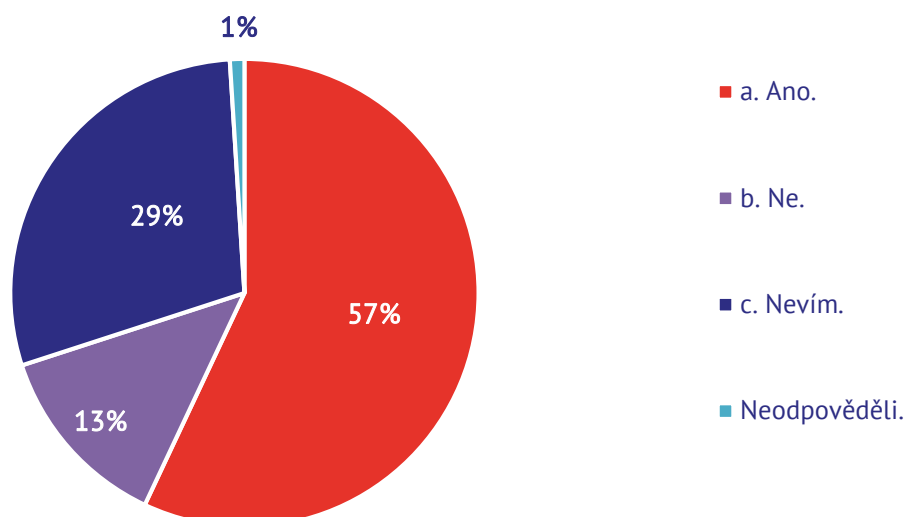
N = 2398



I když follow-up – tedy aktivity, kterými se školy snaží udržet pozornost žáků, stále v českém prostředí školského marketingu nezapustil kořeny, devátáci by o něj měli zájem – více než polovina dotazovaných (**57 %**) se vyjádřila pro pravidelné zasílání novinek od dané střední školy. Proti dostávání novinek ze střední školy je pak pouze **13 %** dotazovaných.

15. Chtěl/a bys pravidelně dostávat zprávy s novinkami o dané střední škole?

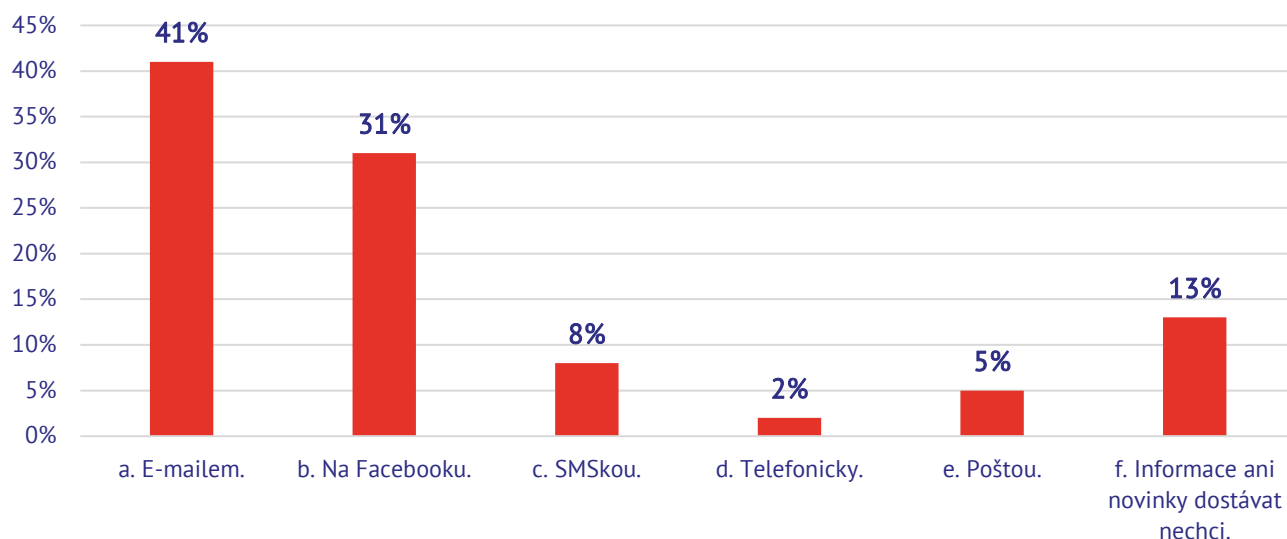
N = 2398



Deváťáci by pak novinky a informace o škole rádi v **41 %** případů dostávali především do své mailové schránky a 31 % dotazovaných má pak zájem dostávat zprávy především na Facebooku.

16. Jakým způsobem bys chtěl/a dostávat zprávy s novinkami o škole?

N = 2398

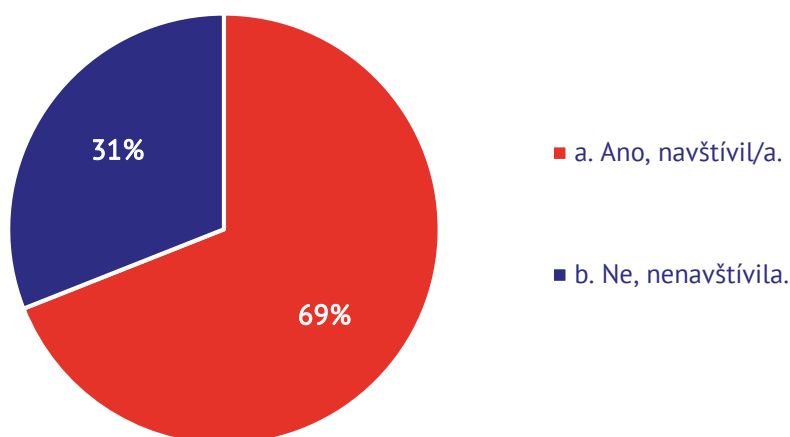


Burzy a veletrhy

Podobně jako u dnů otevřených dveří, téměř tři čtvrtiny dotazovaných navštívili burzu či veletrh středních škol. Rozdíl pak je především v jejich roli v rozhodování deváťáků – burzy jsou spíše zdrojem informací o školách všeobecně, dny otevřených pak již sázkou na jistotu.

17. Navštívil/a jsi už nějaký veletrh nebo burzu středních škol?

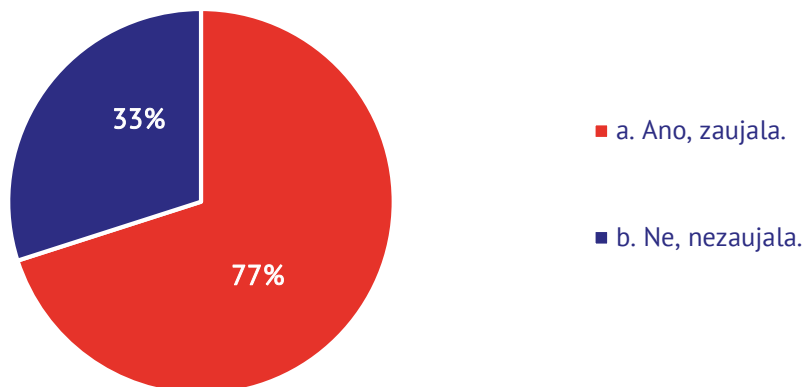
N = 2398





18. Zaujala tě na burze (veletrhu) nějaká střední škola?

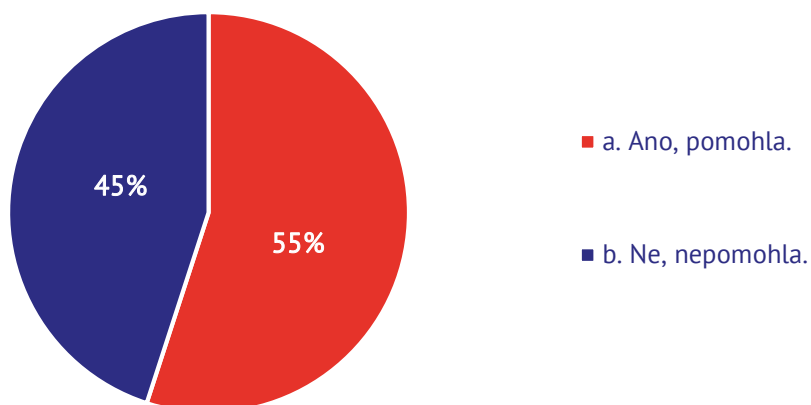
N = 1652



Burzy tak slouží spíše na nalákání uchazečů na dny otevřených dveří – ty by pak měly být vrcholem náborového procesu. Jál lze vidět v grafech č. 18 a č. 19 - na burzách **77 %** deváťáků zaujala některá střední škola, ovšem pouze pro **55 %** respondentů byly burzy užitečné při rozhodování o podání přihlášky.

19. Pomohla ti burza (veletrh) při rozhodování o volbě střední školy?

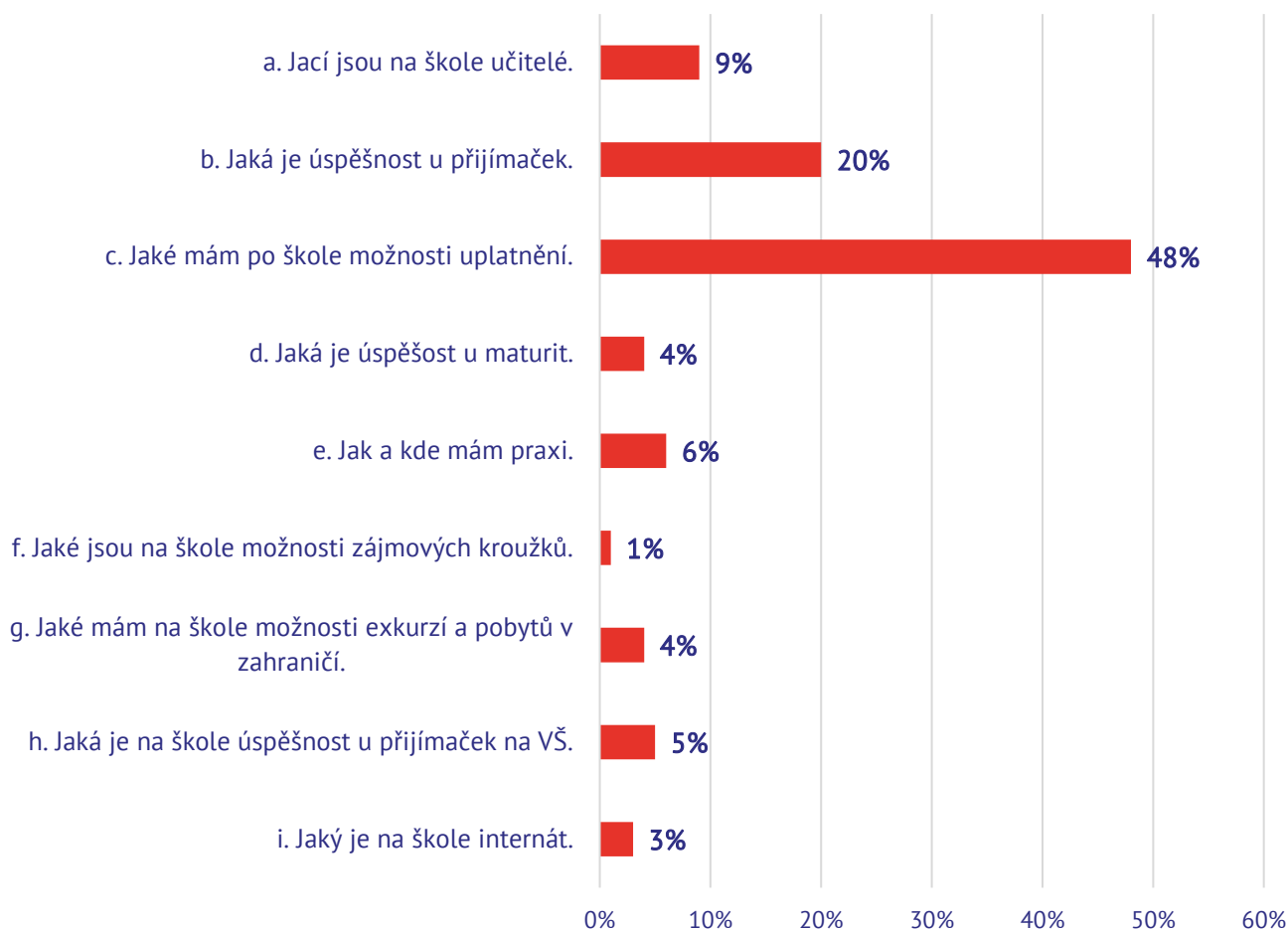
N = 1652



Na burze se tak deváťáci snaží především dozvědět základní, méně osobní informace. Např. jaké mají po škole uplatnění – tato informace je na burze důležitá téměř pro **48 %** zpovídaných respondentů. Dále je pak pro uchazeče důležité na burze znát úspěšnost u přijímaček a také vědět, jak se chovají učitelé dané školy.

20. Co se chceš na burze či veletrhu především dozvědět?

N = 1652





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

O nás

Než zazvoní pomáhá ředitelům a dalším vedoucím pracovníkům základních a středních škol. Věnujeme se výzkumům a aplikaci marketingových poznatků do prostředí škol. Pomáháme s marketingem. **Od roku 2011 jsme proškolili a pomohli 685 pracovníkům z 249 základních a středních škol.**

