

# POZNÁNÍ SOCIÁLNÍHO PROFILU STUDENTŮ a jeho role v marketingové praxi vysokých škol ve „společnosti vědění“

## KNOWLEDGE OF A SOCIAL PROFILE AND ITS ROLE IN MARKETING PRACTICE OF SCHOOLS IN “KNOWLEDGE SOCIETY”

Ondřej ROUBAL



Mgr. Ondřej Roubal, Ph.D.  
proděkan Fakulty sociálních studií  
Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.  
Estonská 500  
Praha 10 – 101 00  
Česká republika  
oroubal@centrum.cz

Narozen 9. 5. 1975 v Praze – absolvent bakalářského studijního oboru humanitní vzdělanost na Institutu základů vzdělanosti UK a následně magisterského studijního oboru obecná antropologie-integrální studium člověka na Fakultě humanitních studií UK. Doktorské studium absolvoval na Institutu sociologických studií v oboru sociologie na Fakultě sociálních věd UK, kde v roce 2009 obhájil disertační práci na téma „Teritoriální identita v biografických vyprávění poválečných osídlenců pohraničí severních Čech“. V období 2000-2004 pracoval jako výzkumný pracovník v Sociologickém ústavu AV ČR, účastnil se několika domácích a zahraničních vědeckých projektů se zaměřením na problematiku českého pohraničí a přeshraničních vztahů. Od roku 2001 působí jako odborný asistent na Vysoké škole finanční a správní v Praze, v letech 2004-2010 je vedoucím katedry marketingové komunikace. V současnosti je na téže škole proděkanem Fakulty sociálních studií. Přednáší sociologickou teorii a sociologický výzkum, vede semináře orientované na aktuální otázky sociálních problémů soudobého světa. Dlouhodobě se podílí jako spoluřešitel projektu zaměřeného na empirické zkoumání sociálního profilu studentů a absolventů Vysoké školy finanční a správní. Výzkumnou práci se profiluje v oblasti sociologie marketingové komunikace.

### ABSTRACT:

Knowledge society faces the challenges to the universalization of education. A changeover from massification to universalization of education brings new views on the role and functions of education, and of course, on the contents of knowledge mediated by a tertiary education system. The number of university educated students in the Czech Republic is increasing very quickly. The percentage of university graduates on the labour market is growing rapidly. Competitive environment on the Czech labour market is tougher than it used to be. The competition between universities is going up, especially in the private sector of tertiary education. The current number of private universities becomes untenable considering the decreasing number of potential applicants caused by the negative demographic movements of age structure of population. Success in stiff competitive environment of universities means consistent strategic leadership of schools and precise conceptions of marketing campaigns. These campaigns should include marketing statements based on facts, rational arguments and objective information. The useful basis for these statements could be empirical data of social profiles of our own students and competitive students' population as well. The sociological research of social profiles of graduated students may serve not only as a material for credible and effective promotion of schools, but also as a rational starting point of the increasing educational level of schools.

### KEY WORDS:

Knowledge society, tertiary education, empirical research, graduate students, strategic leadership, university marketing, promotion

# Úvod

Snad do žádné jiné oblasti v etapě rozvoje modernity nebyly vkládány takové naděje a očekávání jako právě do oblasti vzdělání.<sup>1</sup> Vzdělání bylo jedním z ústředních hybatelů modernizačních změn nastupující industriální společnosti, mělo být spolehlivým prostředkem emancipace marginalizovaných skupin společnosti (zejména žen, migrantů, sociálně slabších vrstev) a současně i garantem jejich plnohodnotné sociální integrace v podobě rovnoprávného a důstojného společenského postavení. Vzdělání a vědecké vědění mělo být trajektorií rodící se moderní společnosti a současně i spolehlivým a věrohodným interpretačním rámcem světa nahrazující optiku všeho náboženského, mystického, metafyzického, mysteriózního a ideologicky podmíněného výkladu světa. Vzdělání mělo být podstatou sekularizace společnosti, tedy toho, co M. Weber označil jako „odkouzení světa“. V podobně odkouzeném racionalizovaném světě vědění mělo vzdělání v moderní společnosti sloužit k překonávání diskriminace, eliminaci předsudků, snižování nezaměstnanosti, mělo a stále má aktivně přistupovat k problémům přítomnosti, nabízet řešení budoucnosti a přispívat k všeobecnému rozvoji společnosti a individuálního štěstí.

V současnosti jsou naděje vkládané do vzdělání zřejmě nejkonzentrověji promítnuty do teorií vzdělanostní společnosti a ukotveny v konceptu „společnosti vědění“ (Stehr 1994). Pro některé je „společnost vědění“ tím nejtěsnějším možným označením charakteru pozdně moderní postindustriální společnosti, vystihující její současnou podstatu a smysl budoucího směřování. V takové společnosti není vědění produkováno a využíváno pouze vědeckým systémem, ale je produkováno a využíváno napříč všemi funkčními systémy společnosti, kterým slouží k jejich vlastnímu zachování a reprodukci (Willke 2000). Podobně, jako vědecký systém nemůže fungovat bez jisté sumy vědění, nemůže fungovat ani systém ekonomický, politický, zdravotní či právní. Naopak pro jiné je „společnost vědění“ spíše jen rétorickou figurou, módní vlnou, která je více poplatná konkrétním ekonomickým a politickým zájmům, směřující ke kapitalizaci ducha a degradaci vzdělání na vypočitatelný ukazatel lidského kapitálu (Liessmann 2011). Systém vzdělávání se v této optice zásadně podřizuje externím faktorům trhu, konkurenceschopnosti, zaměstnatelnosti a rozvoji technologií, přičemž tradiční obsahy vzdělávání nabízející i jistou míru neúčinnosti a nepraktičnosti jsou vytěšňovány jako cosi nepatřičného. Řada soudobých reforem vzdělávacího systému evropských zemí údajně vede k nehodnotným formám vědění, založených pouze na povrchních a krátkodobě upotřebitelných kompetencích zcela odcizených tradičním idejím vzdělanosti. Vedle teorie „společnosti vědění“ se tak objevuje i její nekompromisní kritika v podobě teorie „polovzdělanosti“, respektive „nevzdělanosti“ (Adorno 1980; Liessmann 2011).

Tento zjevný rozpor v pohledech na charakter „společnosti vědění“ v řadě vyspělých zemí zesiluje potřeby detailnějšího zkoumání funkcí a dopadů vzdělávacího systému. Česká republika není výjimkou, i zde je diskurz současně i budoucí podoby vzdělávací politiky názorově velice nejednoznačný. V tomto diskurzu plní zcela oprávněně stále významnější argumentační funkci i mnohé sociologické studie přinášející empirické poznatky řady aspektů univerzitního a vysokoškolského života. Uplatňují se zde při tom i nejrůznější výsledky výzkumů názorů a postojů současné vysokoškolské populace (Liška, Česal 2008; Světlík 2009; Prudký, Pabian, Šíma 2010; Koucký, Zelenka 2010; Zelenka, Ryška 2012; Roubal 2012; Pabian 2012; Zich a kol. 2011, 2012). Empirické zkoumání sociálního profilu studentů a absolventů terciálního stupně vzdělávání (včetně poznání požadavků praxe) by mělo být elementárním předpokladem každé seriózní a smysluplné diskuze o tom, jaký typ vědění mají moderní univerzity a vysoké školy nabízet, jaké výukové metody aplikovat, k čemu a jak orientovat znalosti, schopnosti, dovednosti a kompetence budoucích absolventů. Empirické studium studentské populace a absolventů vysokých škol a univerzit přináší fakta, bez nichž si lze jen těžko představit ucelenou koncepci vzdělávací politiky.

Sociologické zkoumání sociálního profilu posluchačů nejrůznějších vysokých škol a univerzit navíc nepřináší jen cenné empirické poznatky obohacující akademické a politické diskuze o koncepci vzdělávacího systému, ale jsou navíc i nezanedbatelným příspěvkem strategického řízení škol. Snad žádné strategické rozhodnutí školy směřující k pedagogické práci nebo marketingovým a propagačním akcím nevyžaduje k efektivní realizaci detailnější znalosti profilu vysokoškolské populace, nota bene té vlastní.

<sup>1</sup> Studie vznikla za finanční podpory projektu Sociální profily studentů: VŠFS-Česká republika-Evropa. Projekt je realizován v rámci Interní grantové agentury VŠFS (č. 7741).

Pokusíme se zde, vedle obecnějších poznámek k roli vzdělání a jeho proměnám ve společnosti, dále upozornit na význam empirického studia profilu vysokoškoláků a jeho využití pro účely marketingového řízení vysokých škol. Efektivní marketing vysokých škol by totiž podle našeho názoru měl důsledněji stavět vlastní kampaně na faktech v podobě objektivních informací a racionální argumentaci.

## Vzdělanostní společnost – naděje a skepse

O významu vzdělání ve společnosti a jeho klíčové homogenizační funkci uvažovali již představitelé klasické sociologie. A. Comte upozorňuje na fakt, že vzdělání není jen důležitým faktorem individuálního rozvoje lidí, ale zvláště předpokladem reprodukce společnosti, podmínkou překonání metafyzického (abstraktního) stádia vývoje lidstva a dosažení jeho nejvyššího – pozitivistického (vědeckého) – stupně. Univerzita měla představovat v nastupující industriální společnosti zcela unikátní místo zasvěcené jen duchovní elitě národa. Vzdělání tak mělo být záležitostí omezené skupiny vyvolených, přičemž se od intelektuálů očekávalo, že budou sehrávat ve společnosti nezastupitelnou roli a angažovat se v záležitostech jejího řízení a racionálního plánování. Nositelé univerzitního vzdělání měli disponovat především věděním o společnosti. Toto vědění mělo být založeno na vědeckých základech, faktech o společnosti, jako výsledku pozitivního přístupu k sociální realitě a jejího empirického poznání. Podle Comta se měli stát hlavními duchovními autoritami pozitivističtí vědci, jejichž vědění mělo být využito k racionálnímu řízení společenských procesů. Pozitivističtí vědci reprezentují nové pozitivistické náboženství, které má podle Comta sloužit k překonání individuálních zájmů a upřednostnění zájmů celku, tedy společnosti. Vzdělání mělo být v perspektivě Comta spolehlivým sociálním tmelem a nástrojem posilujícím soudržnost společnosti.

Comtovy představy o společenském významu vzdělání a funkci vzdělanců dále rozvíjí jeho žák E. Durkheim. Ten je přesvědčen, že vzdělanci jsou garanty žádoucího zajištění jednoty zájmů společnosti před chaotickým prosazováním individuálních zájmů a egoistickými preferencemi jednotlivců. Obecně vzdělaní a vzdělanost má podle Durkheima zabraňovat anomickým tendencím a naopak podporovat soudržnost a homogenitu společnosti. Systém vzdělání je současně považován za zcela klíčový socializační prvek vychovávající člověka k loajalitě vůči společnosti. Zabezpečuje přenos společných hodnot, norem a kulturních vzorců ve společnosti a působí jako potřebný faktor sociální koheze. Současně však školy plní i diferenciativní funkci, totiž připravují jednotlivce na konkrétní profesní a sociální pozice ve společnosti.

Otázkou významu vzdělání a pozicí vzdělanců ve společnosti se z klasiků sociologického myšlení zabýval významněji i M. Weber. Podobně jako Comte přisuzuje vzdělancům pozici elity, obsah vzdělání při tom Weber považuje za dosti vzdálený praktickým potřebám společnosti. V této souvislosti používá přirovnání se vzděláním mandarínů ve starověké Číně. Podle Webera sice neprakticky zaměřené vzdělání svým nositelům neumožňuje kompetence k řešení konkrétních úkolů, univerzitní diplom však garantuje získání privilegovaných sociálních pozic, odměnou je pak více moci, prestiže a bohatství.

Moderní koncepce vzdělanostní společnosti se objevuje v práci D. Bella (1973), a to v souvislosti s objasněním tezí o nástupu postindustriální společnosti. Podle Bella společnost dospěla do kvalitativně odlišné vývojové fáze a vzdělání se vlastnostem industriálního typu společnosti. Nastupující postindustriální společnost by měla být podle Bella především společností vědění. Nejdůležitějším druhem vědění je při tom vědění založené na teoretickém poznání, vyznačujícím se širokým kulturním základem. Univerzity by měly právě tento typ vědění zprostředkovávat a stát se symbolem postindustriální společnosti. Stejně univerzity by měly být dostupné co nejširší části populace, měla by nastat demokratizace vysokoškolského vzdělání. Buržoazie v kapitalistické společnosti má být nahrazena novou společenskou třídou vzdělaných – vědců, inženýrů, techniků, učitelů. Teoretické vzdělání má být faktorem významně určující podobu sociální stratifikace, má představovat hlavní zdroje tvorby společenských hodnot. Podle Bella by mělo dále teoretické vzdělání nahradit neoliberalní systém fungování ekonomického řádu a zajistit, aby se nikým neřízené a autonomní tržní síly dostaly pod kontrolu expertního řízení, založeného na teoretickém vědění.

Optimistické ideje, které Bell vkládá do postindustriální společnosti, kde ústřední osou společenského pohybu bude teoretické vzdělání, s jehož pomocí se budou uskutečňovat politická rozhodnutí, činit expertní analýzy a definovat priority a cíle, k nimž má společnost směřovat, jsou tlumeny některými kritickými reflexemi vzdě-

lanostní společnosti. Například P. Bourdieu (1984) se zaměřuje na problém nerovnosti v přístupu ke vzdělání. V této souvislosti analyzuje společenské faktory jako zdroje těchto nerovností působící mimo vzdělávací systém. Za hlavní příčinu nerovného přístupu ke vzdělání označuje vliv kulturního kapitálu. Kulturní kapitál Bourdieu rozlišuje dále na kapitál inkorporovaný (vědomosti, schopnosti, dovednosti), kapitál objektivizovaný (obrazy, starozitnosti) a kapitál formalizovaný (absolventský diplom, vysvědčení, vědecké hodnosti). Celkový kulturní kapitál je při tom rozhodujícím faktorem při reprodukci nerovnosti v přístupu ke vzdělání. Potomci z rodin s vyšším kulturním kapitálem jsou socializováni v prostředí umožňující získat určitý styl vystupování, vyjadřování, specifické sociální kompetence a kulturní rozhled. Získávají kulturní kapitál, který je v průběhu dalšího vzdělávání zvýhodňuje ve srovnání s těmi, jejichž rodiče nedosáhli podobně vysoké úrovně kulturního kapitálu a neměli tak ani možnost na své potomky působit podobnou socializační „silou“ kulturního kapitálu. Kulturní kapitál předurčuje životní i profesní dráhy jedinců a podílí se na tvorbě sociálního statusu.

Bourdieu spojuje vzdělání s dosahováním mocenských pozic. Zatímco Comte nebo Durkheim považovali splývání expertního vědění a moci za pozitivní jev, přičemž vzdělanci měli využívat disponibilní vědění k prosazování společenských zájmů a obecného dobra, Bourdieu v této souvislosti uvažuje o inteligenci jako vykonavatelích symbolického násilí. To spočívá v nových a méně viditelných formách společenské kontroly, využívající manipulativních praktik k řízení sociálních procesů. Vzdělanci využívají moci zejména k prosazování vlastních zájmů a egoistických preferencí, přičemž usilování dosahovat obecného blaha je vedlejší.

Koncepci zpochybňující optimistické vize vzdělanostní společnosti postindustriální éry D. Bella reprezentuje dále i R. Reich (2002). Reich se zabývá vztahem vzdělání a modelem různých kategorií povolání v americké společnosti. Podle Reichova modelu jde při tom o tři hlavní profesní oblasti – a) běžné výrobní služby; b) osobní služby; c) symbolické a analytické služby. Nejvýznamnější roli ve společnosti budou podle Reicha sehrávat symboličtí analytici, jejichž služby zahrnují identifikaci a řešení problému a strategické zprostředkování informací (Reich 2002:258). Symbolický analytik bude schopen tvůrčím a kritickým přístupem pracovat s informacemi a efektivně využívat moderní informační a komunikační technologie v práci se zdroji symbolické povahy. Reich poukazuje na zcela odlišné vzdělávací dráhy budoucích symbolických analytiků ve srovnání se zbytkem generace mladých Američanů. K přípravě budoucích symbolických analytiků slouží specifické vzdělávací instituce. Jde často o prestižní soukromé školy již od primárního stupně vzdělávacího systému. Ty preferují individuální přístup k posluchačům, kde výuka probíhá v početně menších skupinách studentů. Pedagogové stimulují rozvoj abstraktního myšlení, samostatného kritického uvažování, kreativitu, schopnost analytického a syntetického přístupu k řešení problémů. Výuka je interaktivní a vychovává k flexibilitě. Hlavní předností symbolických analytiků by měl být dostatečně kritické myšlení, kreativní přístup a schopnost hledat efektivní způsoby řešení problémů. Reich při tom upozorňuje, že nastavený způsob a metody vzdělávání budoucích symbolických analytiků jsou diametrálně odlišné od charakteru vzdělávání majoritní americké populace. Standardní vzdělávací systém nenabízí podle Reicha styl výuky založený na rozvíjení kritického myšlení a schopnostech samostatně konstruovat významy, aplikovat neotřelé kreativní a experimentální přístupy při řešení úkolů. Systém výuky je naopak nastaven bez ambicí podpory rozvoje a dalšího posilování schopností a dovedností typických pro symbolické analytiku, studenti memorují poučky, společenská realita je zredukována do textů učebnic a dalších didaktických pomůcek, jejichž obsah je studentům vnucován.

Reich se zásadně vzdaluje idealistickým představám vzdělanostní společnosti Bella, vizím, že vzdělání bude univerzálním prostředkem individuálního rozvoje jednotlivce, nástrojem kultivace ducha a prostředkem dosahování společenského blaha. Naopak systém vzdělávání Reich považuje za nespravedlivý a zásadně prohlubující sociální nerovnosti. Není ani tak prostředkem sociální mobility jako spíše zdrojem fosilizace rozdílů mezi bohatými a chudými.

Podobně kritický přístup, a v mnoha směrech radikálnější, aktuálně reprezentuje v teorii „nevzdělanosti“ K. Liessmann (2011). Ten navazuje na teorii „polovzdělanosti“ T. W. Adorna, usilovného kritika moderní mediální společnosti, která se dostala do osudného střetu s ideály a normami vzdělaného měšťanstva. Podle Adorna (1980) se v podmínkách povrchního kulturního průmyslu vzdělanost mění na „polovzdělanost“, přičemž ideály humanistického vzdělání jsou likvidovány ve prospěch všudypřítomné polovzdělanosti jako formy odcizeného ducha. Podobně i Liessmann nekompromisně volá po návratu k tradičnímu pojetí vzdělanosti,

programu blízkého antického ideálu a humanistickým idejím, kde je vzdělávací proces ztotožňován s rozvíjením ducha, formováním svobodné a nezávislé individuality schopné kriticky myslet, tvořit a sebevědomě se účastnit společenského života. V současné vzdělávací politice a reformách vysokých škol a univerzit vidí především soustavou degradaci vzdělání na úroveň forem vědění, které lze jako surovinu produkovat, obchodovat, kupovat, řídit a vyhazovat, což spíše než souvislé vědění připomíná povrchní a nesouvislou slátaninu znalostí (Liessmann 2011:39). Podle Liessmanna je program soudobé vzdělávací politiky nastaven tak, aby mržal autonomii subjektu, suverenitu individua a stál proti nezávislému a kritickému rozumu. Jakoby šlo o to, nemyslet vlastní hlavou, být vždy ochoten jednat týmově a v sítích, flexibilně se přizpůsobovat všemu, co vyžaduje trh a být současně disponibilní zábavnímu průmyslu (Liessmann 2011:50). Varuje před rezignací na typ vzdělávání, jehož tradiční funkci je zprostředkovávat i neúčelové a pro praktickou aplikaci neužitečné vědění, obsahově ukotvené v kulturně-historických rámcích.

## Vzdělání dříve a dnes – „společnost vědění“ v etapě univerzalizace vzdělání

Vzdělání prošlo v posledních sto letech zásadní proměnou. Na přelomu 19. a 20. století bylo univerzitní vzdělání záležitostí úzké elity jednotlivců, poskytovalo vysokou společenskou prestiž a úctu. Akademické tituly byly zpravidla garancí vyššího sociálního postavení, zaručujícího dostatek moci, vlivu a ekonomických výhod. V době po druhé světové válce se ovšem vzdělání demokratizuje a stává standardním prostředkem sociální mobility širokých vrstev obyvatel západních zemí. Vzdělání představuje spolehlivý mechanismus umožňující obsazovat místa vyžadující vysokou odbornou kvalifikaci zájemcům pro práci v soukromém i veřejném sektoru, která byla po druhé světové válce vytvářena v úzkém vztahu s rozvojem sociálního státu. Akcelerující procesy globalizace ekonomiky, krize sociálního státu, proměny charakteru práce a výrazné změny na trhu práce, stagnace středních vrstev a další socio-ekonomické faktory spolupůsobící zhruba od poloviny 70. let 20. století jsou příčinou toho, že vzdělání stále méně spolehlivěji funguje jako „výťah“ (Keller, Tvrđý 2008:24). Vzdělání údajně přestává být spolehlivým prostředkem k dosažení vyššího sociálního statusu, přičemž se stává pouze „pojišťovnou“ k udržení stávající pozice snižující riziko společenského poklesu v rámci sociální stratifikace. Přestává být též faktorem garantujícím vzestupnou sociální mobilitu a představuje spíše jen individuální pojistku proti rizikům sociálního sestupu. Svým způsobem tato situace vzniká jako nezamýšlený důsledek racionálního jednání aktérů, kdy se ve velkém počtu rozhodují prostřednictvím individuálních strategií sledovat totožný cíl v podobě dosažení akademických titulů, a tím si v budoucnu zajistit lukrativnější pracovní pozice a vyšší společenskou prestiž. Výsledkem je současný pokles hodnoty diplomů a titulů a snížení šancí uplatnit se v atraktivních pracovních pozicích odpovídajících dosažené kvalifikaci. V sociologii dostatečně známý princip nezamýšlených důsledků racionálního jednání takto otrásá v základech teoriemi vzdělanostní společnosti, předpokládajících, že sledování vlastního individuálního zájmu, v tomto případě dosažení vyššího vzdělání, vede automaticky k prospěchu celé společnosti.<sup>2</sup> V tomto případě je princip nezamýšlených důsledků zcela neúprosný – sledování vlastního zájmu nemusí vést nutně k prosperitě všech, ale naopak k poškození všech zúčastněných.

Optimistická východiska a naděje teorií vzdělanostní společnosti jsou výrazně korigována a limitována soudobým vývojem vyspělých západních zemí, kde se sice úroveň vzdělání zvyšuje, avšak nedochází v důsledku toho k tolik očekávaným výsledkům a pozitivním dopadům jak na společnost, tak životní dráhy jednotlivců. Vzestupem vzdělanosti v řadě evropských zemí nedochází k slibovanému poklesu sociálních rizik ani předpokládanému snižování nezaměstnanosti (Keller, Tvrđý 2008). Rovněž jak se ukazuje, ani úroveň produktivity práce některých zemí nemusí být závislá na vzdělanostní struktuře populace.<sup>3</sup> Optimistické vize vzdělanostní společnosti

2 Uchazeči o vysokoškolské vzdělání se chovají v duchu teorie racionální volby – tedy jejich jednání je racionální v ekonomickém smyslu, individuálně sledují konzistentní preference a snaží se maximalizovat vlastní (budoucí) užitek. K teorii racionální volby mimo jiné Becker (1997), kriticky k teorii racionální volby například Keller (2009).

3 Vztah mezi výší vzdělanosti a ekonomickou výkonností některých evropských zemí jasně ukazuje, že například národní ekonomiky Řecka, Rakouska, Lucemburska a nejmarkantněji Itálie s podprůměrným podílem vysokoškoláků, dosahují vysoké produktivity práce (Keller, Tvrđý 2008:14).

lze do jisté míry zpochybnit nejen ve vztahu k společenskému, politickému a ekonomickému vývoji západních společností, ale i vzhledem k individuálním očekáváním jednotlivců, slibujících si od dosažení vysokoškolského diplomu jistotu sociální mobility a atraktivního zaměstnání odpovídajícího dosažené kvalifikaci. Tato očekávání jsou v situaci univerzalizace vzdělávání ve vyspělých západních zemích stále více zpochybňována.<sup>4</sup>

## Role poznání sociálního profilu studentů v rámci strategického řízení vysokých škol

Není pochyb, že zejména v prostředí soukromého vzdělávání sílí vzájemná konkurence škol.<sup>5</sup> Potenciálních uchazečů o studia je vzhledem k demografickým změnám stále méně, perspektivy do dalších let jsou v tomto ohledu nadále skeptické. Pokud chtějí soukromé vysoké školy a univerzity uspět v nelitostném konkurenčním prostředí, prosadit své obory u Akreditační komise ČR, obstát u dalších hodnotících a schvalovacích institucí, a v neposlední řadě se stát prestižní, respektovanou a uznávanou školou v očích veřejnosti, musí se jednoznačně orientovat na kvalitu a excelenci vzdělávání a současně prokazovat výsledky v rámci vědecké, výzkumné a tvůrčí činnosti. Jinak řečeno, chce-li soukromá vysoká škola nebo univerzita přežít a dále se rozvíjet, zvyšování kvality vzdělávání a intenzivnější vědecká a výzkumná činnost musí být součástí systematického strategického řízení školy. Kvalitní vzdělání, stejně jako kvalitní výsledky vědecko-výzkumné práce jsou potenciálem, který by měly (nejen) soukromé školy využít v konkurenci ostatních vzdělávacích organizací.

Podstatnou součástí strategického řízení školy je marketingová komunikace. Jde tedy zejména o systematickou a promyšlenou implementaci integrovaného marketingu do managementu vzdělávacích organizací (Butoracová Šindleryová 2010:98-101). Moderní a dynamický management se zatím výrazněji uplatňuje v prostředí soukromých vzdělávacích organizací. Lze konstatovat, „že soukromná škola je ideálním prostředím pro implementaci manažmentu do pedagogických procesech vzhledem na její flexibilitu a nezájatost vůči centrální byrokracii“ (Butoracová Šindleryová 2010:99). Uplatňování marketingového řízení škol a aplikace marketingových principů pro jejich efektivní fungování se při tom umocňuje v situaci masifikace vysokoškolského vzdělávání, rostoucí konkurence škol a jejich kvantitativní expanze, klesajícího počtu zájemců o studium z důvodů demografického pohybu populace, v neposlední řadě jsou to i žhavé diskuze o kvalitě vzdělávání a reálných schopnostech absolventů právě soukromých vysokých škol. Privátní školy navíc v očích veřejnosti nedosahují vedle většiny veřejných vysokých škol a univerzit srovnatelné prestiže. Image soukromých škol je často zpochybňována absencí přijímacích pohovorů a údajně nízkou náročností na posluchače. Na školně se mnohdy pohlíží s nedůvěrou, objevují se názory, že „školu si lze jednoduše zaplatit“. Smyslem marketingového řízení soukromých škol je podobné „mýty“ vyvracet, zlepšovat svou image a prestiž v očích veřejnosti a přesvědčit nejen potenciální zájemce o vysokoškolská studia, ale i současné studenty o vlastních přednostech a kvalitách.

4 Systém vysokoškolského a univerzitního vzdělávání prodělal i v České republice od roku 1989 řadu významných změn. V posledních letech v České republice akceleroval počet vysokých škol, výrazně se zvýšil počet těch, kteří realizují svá vysokoškolská studia. V roce 1989 u nás studovalo 113 tisíc posluchačů na nejrůznějších vysokých školách a univerzitách, v akademickém roce 2009/2010 se tento počet blíží hranici 345 tisíc studujících. Celkový počet vysokých škol v uvedeném akademickém roce byl 69 (2 státní, 26 veřejných, 41 soukromých). České vysoké školství přešlo za relativně krátkou dobu z elitní podoby v masovou záležitost (Prudký, Pabian, Šíma 2010).

5 Prostředí terciárního vzdělávání v České republice prožívá období nebyvalé expanze počtu vysokých škol. V roce 2012 evidujeme v ČR 74 vysokých škol (26 veřejných, 46 soukromých a 2 státní). Vysokoškolská studia zahajuje 60 % z populačního ročníku, dalších 7 % nastupuje na vyšší odborné školy jako součást terciárního vzdělávání (Koucký 2009). Terciární systém vzdělávání tudíž produkuje každoročně více absolventů připravených zaujmout pracovní pozice adekvátní jejich získané kvalifikaci. Problém je ovšem v tempu vytváření těchto pracovních míst, které zdaleka nestačí stále rychlejší produkci počtu absolventů. Expanze počtu vysokých škol navíc neodpovídá reálným odhadům demografického propadu populace studujících. Zatímco v roce 2008 bylo na českých vysokých školách zapsáno přibližně 100 tisíc posluchačů, přičemž ve stejném roce představoval celý populační ročník patnáctiletých vstupujících na středoškolská studia 122 tisíc osob. Současný ročník dvanáctiletých, kteří se budou rozhodovat o zahájení vysokoškolských studií po roce 2015, tvoří při tom jen 91 tisíc osob. Očekávaný demografický propad, tomu neúměrný kvantitativní vývoj vysokého školství povede dříve či později k redukcí počtu vysokých škol, jejich kvalitativní diferenciaci, přičemž prioritou se stává intenzivní vědecko-výzkumná práce vzdělávacích organizací, poskytování kvalitního studia, mezinárodní spolupráce se zahraničními partnery a univerzitami, zahrnující zejména studentskou mobilitu a absolvování odborných stáží pedagogů na zahraničních školách.

Ukazuje se, že pro účely marketingového řízení škol a komunikaci s cílovými skupinami má podstatný význam sociologické zkoumání profilů vysokoškoláků vlastních i konkurenčních škol.<sup>6</sup> Právě sociologický výzkum zaměřený na sociální profily vysokoškolské populace může poskytnout potřebné poznatky využitelné k efektivní racionální argumentaci managementu škol směrem k vnějším cílovým skupinám.

Objektivní a empiricky podložená data o situaci na škole se zdají být účinnější argumentační bázi marketingových akcí, než laciné a nezajímavé přesvědčování ve stylu „jsme první, nejlepší, největší, ..... Přijďte k nám studovat“.

Význam empirického zkoumání názorů, postojů a potřeb studentů škol při tom nespočívá jen v potřebě získat určitý argumentační materiál komunikovaný externím cílovým skupinám.<sup>7</sup> Výsledky podobných výzkumů profilu studentů nepřinášejí jen kladné informace o situaci škol, neposkytují pouze lichotivá data a vstřícné postoje respondentů, tolik využitelná k propagačním a marketingovým akcím školy. Objevují se pochopitelně i fakta zpochybňující bezproblémový chod jednotlivých úseků škol, od materiálních podmínek studia, kritiku přístupu administrativních pracovníků školy, přes způsob interní komunikace či kvalitu pedagogického procesu. Jde tedy o data samozřejmě jen těžko využitelná v pozitivní marketingové kampani škol, ale o to více využitelná k nápravě a zlepšení konkrétních činností uvnitř školy. Empirický výzkum studentů přináší poznání reálné situace, stavu, který je nutné kriticky hodnotit a řešit tak, aby se celková situace na škole v jednotlivých oblastech zlepšovala.

Na význam pravidelného zjišťování názorů a postojů studentů škol jako součásti marketingového řízení školy, respektive jejího efektivního fungování upozorňují i další autoři.

Podle Ježka a Klečkové (2000) je možné marketing v terciárním vzdělávání v ČR charakterizovat následovně:

- Marketing výrazněji uplatňují ty vysoké školy a univerzity, které mají obavu o dostatečný zájem studentů
- Nedůvěra k propagačním kampaním škol plyne z obecnější nedůvěry k agresivitě médií - to může působit v oblasti vysokého školství spíše negativně
- Řada vysokých škol a univerzit nepřistupuje v rámci marketingové řízení na zkoumání potřeb, názorů a postojů studentů a zaměstnanců

Světlik (2009) uvádí hlavní parametry efektivního fungování školy. K těm patří například:

- Profesionální řízení školy, schopné srozumitelně formulovat poslání, vize, strategické cíle organizace
- Umění komunikovat vize a strategické cíle směrem k zaměstnancům, motivovat zaměstnance k jejich naplnění
- Pravidelné zjišťování zpětné vazby z vnitřního prostředí školy od zaměstnanců, dále i z vnějšího prostředí školy, od studentů, absolventů a potenciálních uchazečů, zaměstnavatelů, partnerů, odborné veřejnosti

Významnou součástí marketingového řízení školy je tedy i komunikace se studenty, tedy vnitřní cílovou skupinou školy. Na tuto skutečnost upozorňuje samostatně i Soukalová (2012). U současných studentů vysokých škol je hodnocení vnitřního prostředí realizováno zpravidla ve vztahu k otázkám kvality pedagogické práce a spokojenosti s materiálním zázemím studia. K hlavním záměrům empirického zkoumání studentů podle Soukalové (2012:46) patří:

- Poznání hlavních nedostatků v pedagogické práci, stejně jako i kvality vzdělávacího procesu – smyslem je identifikovat přednosti a nedostatky ve výuce a tyto poznatky využít pro zlepšení pedagogického procesu
- Poznání spokojenosti studentů se službami školy
- Zjišťování spokojenosti s dalšími faktory vnitřního akademického prostředí, jako materiálním zázemím, komunikačními systémy
- Zjišťování prestiže a image školy
- Poznání návrhů studentů na zlepšení chodu školy

6 Cílové skupiny vysokých škol lze rozdělit na: a) vnitřní/interní skupiny, které jsou součástí vnitřního akademického prostředí (pedagogové, studenti, ostatní zaměstnanci); b) vnější/externí skupiny, které jsou součástí vnějšího akademického prostředí (potenciální uchazeči o studium, absolventi, partneři, konkurence) Soukalová (2012:18).

7 Například na veletrhu vysokých škol Gaudeamus využívá VŠFS pravidelně při prezentaci studijních oborů vybrané výsledky sociologického výzkumu sociálního profilu studentů.

Záměr empirického zkoumání postojů a názorů studentů škol si lze představit i širší. Na Vysoké škole finanční a správní realizuje Fakulta sociálních studií na katedře sociologie od roku 2006 projekt Systematické zkoumání sociálního profilu studentů a absolventů, orientovaný mimo jiné na studenty vybraných ročníků bakalářského a magisterského stupně studia v prezenční i kombinované formě studia, a to napříč všemi studijními obory. Jde o vyčerpávající empirické šetření (například v prvních ročnících je velikost vzorku okolo 1000 respondentů) s cílem získat reprezentativní poznatky o škole a jejím fungování.

Součástí empirického zkoumání sociálního profilu studentů VŠFS jsou nejen zmiňované okruhy (viz Soukalová), pro účely marketingu zřejmě bezprostředně nejvyužitelnější. Máme za to, že škola by měla usilovat o poznání pokud možno komplexnějšího profilu studenta, snažit se o detailnější zjišťování jeho životních preferencí, očekávání od studia či motivací studovat. Jedině tak lze dosahovat i hlubšího porozumění některým postojům a názorům studentů, proniknout detailněji do jejich uvažování, a posléze i efektivněji a přesněji vyhodnocovat situaci na škole a efektivitu fungování jejich úseků z hlediska studujících.

Zaměřujeme se v rámci výzkumu sociálního profilu studentů VŠFS vedle témat uváděných Soukalovou dále na:

- Motivy k zahájení studia na VŠFS, konkurence školy (důvody pro/proti volbě VŠFS, alternativa k volbě VŠFS)
- Hodnotová orientace studentů
- Sociálně politická orientace studentů
- Hodnoty posluchačů a životní cíle
- Hodnocení mezilidských vztahů

Podobné výzkumy sociálního profilu studentů poskytují škole cenný materiál vypovídající mnohé o reálné situaci na ose student – škola. Přiblížit si pomocí empirického výzkumu realitu, fakta, je nutným předpokladem k tomu, aby vedení školy tuto takovou realitu vzala na vědomí a snažila se konkrétní zjištění využívat k řešení vnitřních problémů, eliminaci nedostatků či naopak podpoře, posilování a rozvoji silných stránek školy. Právě předností a kvality školy by dále neměly zůstat „tajemstvím“ úzkého okruhu výzkumníků a managementu školy, ale stát se významnou součástí marketingových a propagačních aktivit školy v podobě racionální, objektivní, empiricky podložené a nezávislé argumentační matérie, komunikované jak směrem k externím, tak interním cílovým skupinám akademického prostředí.

## Vybrané výsledky výzkumu sociálního profilu vysokoškoláků - Eurostudent IV a Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.

Na Vysoké škole finanční a správní, o.p.s. v Praze (VŠFS) jsme na každoročně opakovaný projekt Systematické zkoumání sociálního profilu studentů a absolventů navázali koncem roku 2011 specifickým výzkumem názorů a postojů studentů, s cílem získat informace o podmínkách studia a hodnocení kvality poskytovaného vzdělání na VŠFS. Šlo při tom o typ výzkumu, který byl proveden v roce 2010 v rámci projektu EUROSTUDENT IV na reprezentativním vzorku studentů vysokých škol v ČR, ale také v zemích Evropské unie. Nabízí se zde tedy možnost unikátního srovnání výsledků výzkumu profilů studentů veřejných a soukromých vysokých škol a univerzit, stejně jako detailnější srovnání profilu studentů VŠFS s profilem posluchačů konkurenčních škol.

| VSTUPNÍ INFORMACE K VÝZKUMŮM SOCIÁLNÍHO PROFILU VYSOKOŠKOLÁKŮ |   |                                |
|---|---|--------------------------------|
| ZÁKLADNÍ ÚDAJE  | POČET ČLENŮ   | POČET POBOČEK                  |
| Období výzkumu  | srpen až listopad 2009, došetření únor až duben 2010  | listopad 2011                  |
| Cílová skupina  | studenti vysokých škol, ISECD 5A  | všichni studenti VŠFS          |
| Metoda sběru dat  | náhodný výběr z matricy studentů (studenti druhého a vyššího ročníku: stratifikovaný náhodný výběr z databáze SIMS; studenti prvních ročníků: každý desátý) | metoda CAWI (on-line dotazník) |
| Výběrový soubor   | 58 000 studentů   | 5 346 studentů                 |
| Odpovědělo  | 12 573 studentů (52 %)  | 1457 studentů (27%)            |

Tabulka 1

## Očekávání posluchačů od studia<sup>8</sup> - potenciál marketingového sdělení

Dotazníkové šetření profilu studentů lze tematicky rozdělit na několik okruhů výzkumného zájmu. K těm hlavním patří ekonomická situace a aktivita studentů, spokojenost s poskytovaným vzděláním nebo vnímání prestiže školy. Na tomto místě se při tom zaměříme na otázky spojené s očekáváním posluchačů od studia. V dotazníku jsme se soustředili na poznání očekávání studentů od vzdělávacího procesu školy a jeho přínosu pro výkon budoucího povolání. Zkoumali jsme rovněž otázku toho, zdali studenti očekávají od studia také impulsy k osobnímu rozvoji.

V následujících tabulkách bude uveden typ školy (veřejná/státní, soukromá, VŠFS a nejmenovaný nejvýznamnější konkurent VŠFS z veřejných škol ekonomického zaměření (tuto školu anonymizujeme označením XY) a výsledné hodnoty otázek.

V dotazníku byla položena následující otázka: „Od studia očekávám, že mě dobře připraví na budoucí povolání – Jak důležité je pro Vás toto očekávání“. Studenti odpovídali na škále významnosti 1 až 5 (1 velice důležité – 5 zcela nedůležité).

| TYP ŠKOLY   | UVEDENÁ DATA V (%) |      |      |     |     |
|---|--------------------|------|------|-----|-----|
|   | 1                  | 2    | 3    | 4   | 5   |
| Veřejná, státní                                     | 53,1               | 31,1 | 12,1 | 2,5 | 1,1 |
| Soukromá  | 46,6               | 31,1 | 17,1 | 2,9 | 2,2 |
| XY – nejvýznamnější konkurent VŠFS z veřejných škol | 43                 | 41,3 | 12,4 | 2,7 | 0,6 |
| VŠFS  | 45,3               | 29,8 | 18,3 | 4,3 | 2,3 |
| Celkem  | 51,0               | 31,3 | 13,5 | 2,8 | 1,4 |

Tabulka 2

Studenti veřejných/státních vysokých škol ve srovnání s posluchači privátních škol přisuzují mírně vyšší důležitost očekávání, že je studium dobře připraví na budoucí povolání. Můžeme rovněž konstatovat, že „průměrný“ student veřejné vysoké školy považuje vlastní očekávání od studia jako přípravy budoucího povolání za nepatrně důležitější, než jeho „průměrný“ kolega ze soukromé vysoké školy. Pokud se zaměříme na odpovědi studentů VŠFS, téměř se shodují s průměrnou hodnotou naměřenou na ostatních soukromých školách. Odpovědi studentů nejvýznamnějšího konkurenta VŠFS, veřejné vysoké školy ekonomického zaměření XY, ovšem ukazují, že ve srovnání s celkovou hodnotou průměru naměřenou v případě veřejných škol je toto očekávání

8 S dílčími výsledky těchto výzkumů vystoupil autor této studie na mezinárodní konferenci Megatrendy a média 2012 (Slovensko-Smolence). K tomu podrobněji studie viz Roubal (2012:96-114).

studentů méně častěji označováno jako „velice důležité“. Soustředíme-li se na vzájemné srovnání odpovědí studentů VŠFS a posluchačů konkurující veřejné vysoké školy XY můžeme konstatovat, že důležitost očekávání, že škola bude dobrou přípravou na výkon budoucího povolání, je o něco intenzivněji manifestována v případě konkurenční školy.

Můžeme zde vyslovit intuitivní hypotézu, že studenti VŠFS (a soukromých škol vůbec) uvažují vedle přínosů samotného „přímého“ studia častěji i o jiných faktorech, které by mohly být předpokladem úspěšného výkonu budoucí profese. Jde tedy v podstatě o faktory ovlivňující úspěšnost absolventa vysoké školy v praxi, které přímo nemusejí souviset s obsahem vysokoškolského studia. Zatímco studenti veřejných vysokých škol vkládají v souvislosti s přípravou na budoucí povolání do vzdělávacího procesu větší naději a více spoléhají na systém samotného studia, populace posluchačů soukromých vysokých škol je pravděpodobně těsněji orientována spíše na kompetence, získání určité praktické kvalifikace a efektivně využitelných schopností. Můžeme zde předpokládat, že teoretická příprava studia se zdá být pro posluchače soukromých vysokých škol jen málo atraktivním faktorem ovlivňující úspěch ve výkonu budoucí profese. Tento předpoklad podporují i některé aktuální poznatky sociologických studií vysokoškoláků (Zich a kol. 2011a:26-28)

V roce 2011 jsme nezávisle na tomto výzkumu realizovali dotazníkové šetření v 1. ročníku bakalářského studia VŠFS na reprezentativním vzorku 701 respondentů (73 % základního souboru). V dotazníku jsme položili otázku „Na čem, podle Vašeho názoru, závisí úspěšnost absolventa školy v praxi?“. Podle odpovědí studentů jsou třemi nejvýznamnějšími faktory úspěchu absolventa v praxi:

1. reálné zkušenosti z praxe (19,1 %)
2. kontakty s lidmi, známosti (16,9 %)
3. měkké dovednosti (16 %).

Naopak faktory, které jsou řečneme v moci obsahu vysokoškolského studia, se umístily až následovně v rozmezí pátého až desátého místa pořadí – například „teoretické znalosti“ oboru nebo „znalosti reálií a stavu společnosti“. Můžeme tedy předpokládat, že studenti VŠFS, podobně i jako studenti ostatních soukromých vysokých škol ve srovnání se studenty veřejných škol mohou více spoléhat na „přidanou hodnotu“ vysokoškolského studia (rozvíjení měkkých dovedností, možnosti vytváření sítí kontaktů a konexí, posilování praktických dovedností, těsnější orientaci na praxi). Naopak studenti veřejných škol, mohou intenzivněji docenovat důležitost očekávání teoretických přínosů studia pro budoucí praxi, mohou být více orientováni na dosahování akademických standardů školy a současně vnímat i obsah studia (právě včetně teoretické přípravy) jako podstatnější předpoklad pro výkon povolání. Podobné úvahy ovšem vyžadují v každém případě další podrobnější empirické ověřování.

Dále nás v souvislosti s předchozí otázkou zajímalo, do jaké míry toto očekávání naplňuje jejich studijní program. Otázka zněla: „Do jaké míry Váš studijní program toto očekávání splňuje?“. Studenti odpovídali na škále 1 až 5 (1 zcela splňuje – 5 vůbec nesplňuje).

| UVEDENÁ DATA V (%)                                  |      |      |      |      |     |
|---|------|------|------|------|-----|
| TYP ŠKOLY   | 1    | 2    | 3    | 4    | 5   |
| Veřejná, státní                                     | 16,1 | 41,5 | 33,8 | 7,8  | 0,8 |
| Soukromá  | 24,6 | 44,9 | 25,3 | 4,6  | 0,6 |
| XY – nejvýznamnější konkurent VŠFS z veřejných škol | 6,6  | 35,4 | 43,7 | 13,5 | 0,8 |
| VŠFS  | 11,8 | 39,2 | 39,1 | 8,4  | 1,5 |
| Celkem  | 15,8 | 41,2 | 34,3 | 7,8  | 0,9 |

Tabulka 3

Podle zjištěných hodnot odpovědí je zřejmé, že studenti soukromých vysokých škol, ve srovnání se svými kolegy z veřejných škol, pozitivněji hodnotí studijní programy z hlediska naplňování jejich očekávání ve vztahu k budoucí praxi. Toto zjištění lze v souvislosti s poznatkami odpovědí předcházející otázky chápat i tak, že studenti,

kteří považují vlastní očekávání přínosu studia pro budoucí praxi za velmi důležité, budou současně i vkládat větší naději do profilu a obsahů studijních programů. Jejich postoje k tomu, jak má studijní program vypadat, budou zřejmě i kritičtější a jejich nároky na obsah a metody studia i celkově vyšší. Připomeňme, že jsou to právě vysokoškoláci veřejných škol, kteří spoléhají častěji na hodnotu poskytovaného studia při přípravě na budoucí povolání, než jejich kolegové ze soukromých škol. Větší očekávání tak mohou ve výsledku znamenat i větší zklamání. Co přesně je však zdrojem tohoto zklamání, v čem konkrétně selhávají studijní programy v očích této skupiny vysokoškoláků, zůstává otázkou.

Pokud se zaměříme na zjištěné hodnoty odpovědí studentů VŠFS, můžeme konstatovat, že ve srovnání s konkurenční školou XY jsou studenti této soukromé školy celkově mírně spokojenější s profilem studijního programu z hlediska očekávání, že studijní program bude představovat dobrou přípravu pro budoucí praxi. Naopak u každého desátého studenta VŠFS studijní program toto očekávání spíše nenaplnuje (v případě studentů školy XY je tento podíl odpovědí téměř 15 %).

Vedle zkoumání očekávání posluchačů od studia ve vztahu k budoucímu povolání jsme na jiném místě v dotazníku položili otázku zjišťující okolnosti toho, jak studenti vnímají současné studium jako přípravu na budoucí zaměstnání. Za tímto účelem byla v dotazníku položena následující otázka: „Považujete své současné studium za dobrou přípravu na budoucí zaměstnání?“. V následující tabulce jsme zaznamenali procentuální podíly úplného a částečného souhlasu s uvedeným výrokiem respondentů jednotlivých typů škol.

| TYP ŠKOLY   | MÍRA SOUHLASU (%) |           |       |
|---|-------------------|-----------|-------|
|   | ROZHODNĚ ANO      | SPÍŠE ANO | NEVÍM |
| Veřejná, státní                                     | 26,8              | 54,7      | 4,5   |
| Soukromá  | 32,6              | 52,7      | 4,9   |
| XY – nejvýznamnější konkurent VŠFS z veřejných škol | 16,8              | 59,0      | 3,3   |
| VŠFS  | 19,9              | 59,0      | 4,7   |
| Celkem  | 26,1              | 55,2      | 4,5   |

Tabulka 4

Z naměřených hodnot odpovědí a jejich vzájemného srovnání plyne, že současné studium je považováno za dobrou přípravu na budoucí povolání zhruba stejným podílem studentů jak soukromých, tak i veřejných vysokých škol. Celkově vzato, přibližně 80 % studujících vysokou školu je podle odpovědí spokojeno se studiem jako přípravou budoucího povolání. V případě studentů VŠFS považuje své studium za dobrou přípravu na povolání 79 % respondentů. V tomto hodnocení se neliší od studentů veřejných vysokých škol s ekonomickým a sociálně – vědním zaměřením, ani od svého největšího konkurenta mezi veřejnými vysokými školami.

Očekávání od studia je v dotazníku sledováno i v souvislosti osobního rozvoje studentů. V dotazníku byla položena otázka: „Od studia očekávám, že mi umožní osobní rozvoj – Jak důležité je pro Vás toto očekávání?“. Respondenti zaznamenávali své odpovědi opět na škále významnosti 1 až 5 (1 velice důležité – 5 zcela nedůležité).

| UVEDENÁ DATA V (%)                                  |      |      |      |     |     |
|---|------|------|------|-----|-----|
| TYP ŠKOLY   | 1    | 2    | 3    | 4   | 5   |
| Veřejná, státní                                     | 48,5 | 37,1 | 11,6 | 2,0 | 0,8 |
| Soukromá  | 60,0 | 28,0 | 9,1  | 1,2 | 1,7 |
| XY – nejvýznamnější konkurent VŠFS z veřejných škol | 44,1 | 38,7 | 14,5 | 2,5 | 0,2 |
| VŠFS  | 48,8 | 34,3 | 13,4 | 2,1 | 1,3 |
| Celkem  | 49,4 | 35,9 | 11,7 | 2,0 | 0,9 |

Tabulka 5



Jak na veřejných, tak i na soukromých vysokých školách je podle odpovědí pro studenty jednoznačně důležité očekávání, že studium umožní osobní rozvoj. V případě posluchačů soukromých škol je význam tohoto očekávání sdělován o něco intenzivněji. Pouze necelá 3 % podílu studentů veřejných a soukromých škol nepovažuje toto očekávání za důležité. Hodnoty naměřené u posluchačů VŠFS se příliš neliší od hodnot zjištěných u studentské populace konkurenční školy XY. Důležitost očekávání osobního rozvoje poskytovaného studiem je ovšem pro studenty VŠFS mírně nižší, než je celkový průměr zjištěných hodnot na ostatních soukromých školách.

A do jaké míry očekávání osobního rozvoje splňuje studijní program respondentů? V dotazníku jsme toto zjišťovali otázkou: „Do jaké míry Váš studijní program toto očekávání splňuje“? Studenti odpovědi zaznamenávali na škále 1 až 5 (1 zcela splňuje – 5 vůbec nesplňuje).

| UVEDENÁ DATA V (%)                                  |      |      |      |     |     |
|---|------|------|------|-----|-----|
| TYP ŠKOLY   | 1    | 2    | 3    | 4   | 5   |
| Veřejná, státní                                     | 21,5 | 44,7 | 27,1 | 5,9 | 0,8 |
| Soukromá  | 31,9 | 46,2 | 15,2 | 5,5 | 1,2 |
| XY – nejvýznamnější konkurent VŠFS z veřejných škol | 13,7 | 42,2 | 34,4 | 9,1 | 0,6 |
| VŠFS  | 16,7 | 42,8 | 32,5 | 6,8 | 1,3 |
| Celkem  | 21,3 | 44,5 | 27,2 | 6,1 | 0,9 |

Tabulka 6

Hodnocení studijních programů z hlediska naplňování očekávání osobního rozvoje je u posluchačů soukromých škol častěji pozitivní ve srovnání se studenty veřejných škol. Opět se zde ukazuje celkově nižší spokojenost respondentů veřejných škol s podobou studijních programů z hlediska naplňování individuálních očekávání (příprava na povolání a osobní rozvoj). Zůstává tedy otázkou, proč tomu tak je.

Domníváme se, že určitou roli zde mohou obecně sehrávat i motivy zahájení studia. Důvody volby studia v případě veřejné a soukromé vysoké školy totiž nemusí být totožné. V roce 2011 jsme na reprezentativním vzorku 701 respondentů (tj. přes 70 % základního souboru) – posluchačů 1. ročníku VŠFS (prezenční i kombinované formy) studia zjistili, že pro 93 % z nich byl rozhodujícím důvodem k zahájení studia na VŠFS zajímavost studijního programu, respektive studijního oboru. Dalším důvodem volby VŠFS byl označován studijní obor, jehož profil odpovídá představám vysněného povolání (83 %).<sup>9</sup> V tomto případě bohužel nemáme k dispozici žádné podobné empirické poznatky získané na vzorku studentské populace některé zaměřené podobné veřejné vysoké školy. Nemůžeme tudíž ani porovnat možné podobnosti nebo rozdíly motivací zahájení studia uchazečů o studium na veřejných a ostatních soukromých školách.

Můžeme jen předpokládat, že zájemci o studium na veřejných školách preferují i jiné důvody, než jsou studijní programy či obory. Zatímco pro uchazeče na VŠFS (připusťme, že by toto mohlo platit do jisté míry i pro ostatní soukromé školy) je primárním a jednoznačně preferovaným důvodem zahájit studium typ studijního oboru, jeho zajímavost a profil blízký vysněnému povolání, nemusí být studijní obor podobně významným důvodem pro zájemce o studium na veřejných školách. Zde mohou být preferovány jiné faktory, jako například typ fakulty, prestiž školy, větší důvěra k veřejné škole nebo absence (zatím) školného.

Pro uchazeče o studium na veřejné vysoké škole je pravděpodobně prioritou pro zahájení studia něco jiného, než studijní program nebo obor. Atraktivní se zdá být právě absence školného a poměrně vysoká prestiž některých fakult. Tedy bezplatné studium vysněné fakulty je možná dostatečně motivujícím faktorem uchazečů, kteří jsou v této situaci snad i ochotnější „slevit“ vzhledem k volbě oboru a hlásit se v rámci fakulty na dostupnější obory, i když více či méně vzdálených původním představám a přáním.

<sup>9</sup> Naopak nejméně frekventovanými důvody pro volbu VŠFS jsou „jediná šance ke studiu“ (18,7 %); „nedostal jsem se jinam“ (16,9 %); „obor má v naší rodinné tradici“ (7,9 %).

## Ukázka marketingových sdělení VŠFS

Uvedené výsledky výzkumů sociálního profilu vysokoškoláků umožňují využít některá empirická data k účelům marketingové kampaně VŠFS. Následující marketingová sdělení, vycházející z těchto sociologických poznatků, lze využít jak pro oslovení vnitřních cílových skupin (současní studenti, pedagogové, ostatní zaměstnanci školy), tak i pro vnější cílové skupiny (potenciální uchazeči, absolventi, partneři).

| UKÁZKA NÁVRHU MARKETINGOVÉHO SDĚLENÍ VŠFS V ROCE 2013 (DIRECT MAIL)<br>– empirický výzkum EUROSTUDENT IV a VŠFS sociálního profilu studentů |  |
|---|--|
| VŠFS je dobrou přípravou na povolání  | to si myslí 79 % studentů VŠFS, v tomto hodnocení se neliší od studentů veřejných vysokých škol, ani od svého největšího konkurenta mezi veřejnými vysokými školami.   |
| Studijní programy VŠFS naplňují očekávání   | většina posluchačů VŠFS oceňuje, že studijní programy naplňují jejich představy o přípravě na budoucí povolání. Podobně vysoké ocenění studijních programů nedosahuje největší konkurent VŠFS mezi veřejnými vysokými školami. |
| Studium na VŠFS vede k osobnímu rozvoji   | studium na VŠFS podle většiny posluchačů naplňuje očekávání osobního rozvoje. V tomto hodnocení je VŠFS srovnatelná s ostatními veřejnými školami.   |

Tabulka 7

| UKÁZKA PODKLADU PROPAGAČNÍHO MATERIÁLU VŠFS V ROCE 2012 (DIRECT MAIL)<br>– aktuální empirický výzkum sociálního profilu studentů/absolventů VŠFS |  |
|--|--|
| VŠFS znamená kvalitní vzdělání   | to si myslí po prvních dvou semestrech studia na VŠFS <b>92,7 %</b> oslovených posluchačů (z celkového počtu 701 respondentů). Právě přesvědčení, že VŠFS poskytuje kvalitní vzdělání a vysokou odbornou úroveň pedagogů je jedním z hlavních důvodů k zahájení studia na VŠFS.  |
| Opět bych si vybral VŠFS   | pokud by se naši studenti po zkušenostech s prvním rokem studia na VŠFS měli rozhodovat pro studium na vysoké škole, opět by se pro VŠFS rozhodlo celkem <b>83,4 %</b> našich posluchačů. Po třileté zkušenosti se studiem na VŠFS by tato škola zůstala první volbou vysokoškolských studií pro <b>82,2 %</b> posluchačů.   |
| Podmínky studia na VŠFS  | naši studenti hodnotili na konci prvního ročníku celkové podmínky studia na VŠFS na škále 1-5 (1 – nejlepší; 5 – nejhorší). Celkový průměr tohoto kritéria dosáhl podle odpovědí velmi pozitivního průměru <b>1,92</b> .   |
| Před studiem na VŠFS zkušenosti s jinou VŠ   | celkem 24,3 % současných posluchačů bakalářského studia na VŠFS má zkušenost s předchozím studiem na jiné vysoké škole. Tento podíl studentů srovnával a hodnotil na škále 1-5 (1 – nejlepší; 5 – nejhorší) různé oblasti na VŠFS a předchozí VŠ. Podle odpovědí je hodnocen přístup pedagogů ke studentům na VŠFS celkovým průměrem <b>1,99</b> , zatímco stejná oblast na předcházející VŠ výrazně méně příznivěji, a to průměrem <b>3,24</b> . Práce studijního oddělení dosahuje na VŠFS podle odpovědí průměru <b>1,71</b> , oproti průměru <b>3,03</b> na ostatních školách. |
| Absolventi jsou rádi, že studovali VŠFS  | význam absolvování VŠFS manifestuje celkem <b>82,4 %</b> všech držitelů akademických titulů z VŠFS   |
| Absolventi VŠFS mají práci   | zkušenosti se získáním zaměstnání absolventů VŠFS jsou příznivé. Celkem <b>57 %</b> našich absolventů pracovalo již během studia, každý třetí našel po absolutoriu VŠFS zaměstnání bez větších problémů ( <b>10 %</b> zcela bez problémů).   |

Tabulka 8

## Závěr

Širší diskuze o smyslu a proměnách vzdělání a snaha hledat odpovědi na řadu možných otázek vzdělávací politiky v situaci fáze univerzalizace vysokoškolského vzdělávání, předpokládá trvalou snahu poznávat názory a postoje jak potenciálních uchazečů o vzdělávací dráhu univerzitního nebo vysokoškolského typu, tak i sociální profily současných posluchačů a absolventů vysokých škol. Jen těžko si lze představit, že by školy mohly dlouhodobě nabízet kvalitní vzdělání v podmínkách, kdy neznají ty, kterým toto vzdělání poskytují nebo v budoucnu poskytovat budou. Vedení řady veřejných a soukromých vysokých škol a univerzit si proto uvědomuje strate-

gický význam a užitečnost získaných poznatků profilů studentů absolventů vlastních (ale i konkurenčních škol) pro účely efektivnější pedagogické práce, zlepšování materiálního zázemí školy, posilování dobrého jména školy a dalšího strategického plánování fungování organizace. Významnou součástí strategického řízení vysokých škol a univerzit je rovněž marketingová komunikace. Koncepce marketingových kampaní škol jsou klíčovým prvkem jejich fungování, možná i otázkou jejich budoucího přežití. V podmínkách masifikace vysokoškolského vzdělávání a intenzivnější konkurenčního boje zejména soukromých škol je kladen stále větší důraz na efektivnější marketingová sdělení. Volá se po neustálé inovaci, originalitě, přímocnosti a také přesvědčivosti a důvěryhodnosti těchto sdělení. Proč tedy neposilovat marketingové kampaně škol právě o propagační sdělení založená na nezávislých výzkumech „kvality produktu“, objektivních informacích, faktech a racionální argumentaci. Při tom zde nejde jen o potenciál k posilování vlastních marketingových kampaní, ale i šanci detailnějšího poznání zejména vlastní studentské populace.

## LITERATURA:

- ADORNO, T. W.: Theorie der Halbbildung. Gesammelte Schriften Bd. 8/1, Frankfurt/Main, 1980
- BECKER, G. S.: Theorie preferencí. Praha: Grada/Liberální institut, 1997
- BELL, D.: The Coming of Post – industrial Society. A Venture in Social Forecasting. New York: Basic Books, 1973
- BOURDIEU, P.: Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. London: Routledge and Kegan Paul, 1984
- BUTORACOVÁ ŠINDLEROVÁ, I.: Podpora inovací v sektore vzdělávání v návaznosti na implementáciu nástrojov komunikačnej politiky v závislosti od cieľovej skupiny. Communication Today 2/2010, I. ročník. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnavě, Fakulta masmediálnej komunikácie.
- JEŽEK F., J. KLEČKOVÁ: Má smysl formulovat ve vysokém školství strategie. In Marketing vysokých škol. ČVUT a CSVŠ, 2000
- KELLER, J., L. TVRDÝ: Vzdělanostní společnost. Chrám, výtah a pojišťovna. Praha: Slon, 2008
- KELLER, J.: Nejistota a důvěra aneb K čemu je modernitě dobrá tradice. Praha: Slon, 2009
- KOUCKÝ, J.: Kolik máme vysokoškoláků? Expanze terciárního vzdělávání v ČR ve vývojovém a srovnávacím pohledu. AULA, Centrum pro studium vysokého školství (CSVŠ), roč. 17, 01/2009
- KOUCKÝ, J., M. ZELENKA: Postavení vysokoškoláků a uplatnění absolventů vysokých škol na pracovním trhu 2010. Praha: SVP Pedagogická fakulta UK v Praze, 2010
- LIESSMANN, K. P.: Theorie nevzdělanosti. Omyly společnosti vědění. Praha: Academia, 2011
- LIPOVETSKÝ, G.: Paradoxní štěstí. Praha: Prostor, 2007
- LIŠKA, V., J. ČESAL: Postoje studentů vysokých škol k E-learningu. Praha: ČVUT, 2008
- PABIAN, P.: Od elitního přes masové k univerzitnímu terciárnímu vzdělávání: koncepce Martina Trowa. AULA, Centrum pro studium vysokého školství (CSVŠ), roč. 16, 02/2008
- PABIAN, P.: Jak se učí na vysokých školách: výzkumný směr „přístupů k učení“. AULA, Centrum pro studium vysokého školství (CSVŠ), roč. 20, 01/2012
- PRUDKÝ, L., P. PABIAN, K. ŠIMA: České vysoké školství. Na cestě od elitního k univerzálnímu vzdělávání 1989-2009. Praha: Grada, 2010
- REICH, R.: Dílo národů. Příprava na kapitalismus 21. století. Praha: Prostor, 2002
- ROUBAL, O.: Vzdělávání marketingových specialistů a očekávání marketingové praxe. AULA, Centrum pro studium vysokého školství (CSVŠ), roč. 20, 01/2012
- ROUBAL, O.: Možnosti využití empirického výzkumu sociálního profilu studentů pro marketing vysokých škol. In Petranová, D., S. Magál, J. Matuš (eds.) Megatrendy a média 2012. Marketing vzdělávání a on-line vzdělávání. Trnava: UCM - FMK, 2012
- RYTINA, J.: Sociální profil posluchače 3. ročníku bakalářského studia VŠFS. Závěrečná zpráva z dotazníkového šetření. Praha: VŠFS, 2011
- SOUKALOVÁ, R.: Současná role komunikace vysoké školy s cílovými skupinami. UTB Zlín: VeRBuM, 2012
- STEHR, N.: Knowledge Societies. London: Sage, 1994
- SVĚTLÍK, J.: Marketingové řízení školy. 2. vydání. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009
- WILLKE, H.: Společnost vědění. In Pongs, A. (ed.) V jaké společnosti vlastně žijeme? Praha: ISV, 2000
- ZELENKA, M., R. RYŠKA: Absolventi vysokých škol: kompetence a profesní úspěch. AULA, Centrum pro studium vysokého školství (CSVŠ), roč. 20, 01/2012

ZICH, F. a kol.: Sociální profil posluchače 1. ročníku bakalářského studia VŠFS 2010/2011. Závěrečná zpráva z dotazníkového šetření. Praha: VŠFS – katedra sociologie, 2011a

ZICH, F. a kol.: Sociální profil posluchače 3. ročníku bakalářského studia VŠFS 2010/2011. Závěrečná zpráva z dotazníkového šetření. Praha: VŠFS – katedra sociologie, 2011

ZICH, F. a kol.: Sociální profil posluchače 3. ročníku bakalářského studia VŠFS 2011/2012. Závěrečná zpráva z dotazníkového šetření. Praha: VŠFS – katedra sociologie, 2012

