

MATURANT 2016

Výzkum zaměřený na poznání chování
maturantů při výběru VŠ

The logo for LMC, consisting of the letters 'LMC' in a bold, white, sans-serif font, positioned on a dark blue rectangular background.

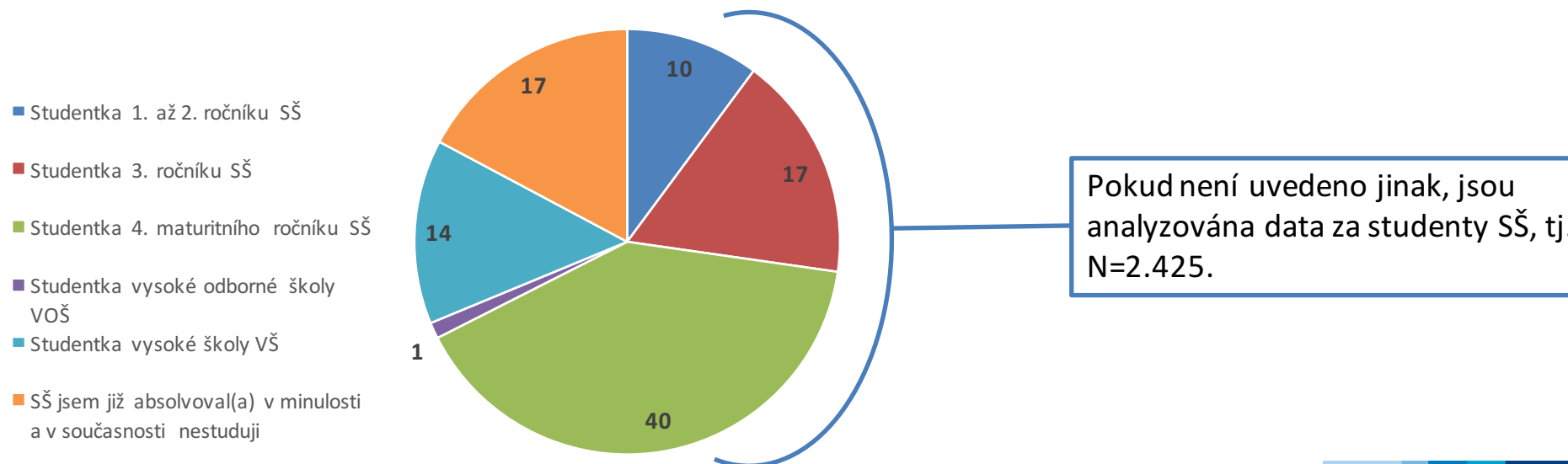
LMC

CÍLE A METODOLOGIE PROJEKTU

Cílem výzkumu bylo zjistit, jak maturanti vybírají VŠ a obor studia, jaké zdroje informací k tomu využívají a lépe poznat jejich způsob života (sledování médií, trávení volného času, hodnoty atd.).

Metodologie:	Dotazování formou samovyplňování online dotazníků
Počet respondentů:	N=3.591 (N=2.425 studentů SŠ) v ČR
Cílová skupina:	Maturanti (studenti SŠ řešící nabídku studia na VŠ)
Dotazník:	10 minut
Sběr dat:	4.3. - 14.4. 2016

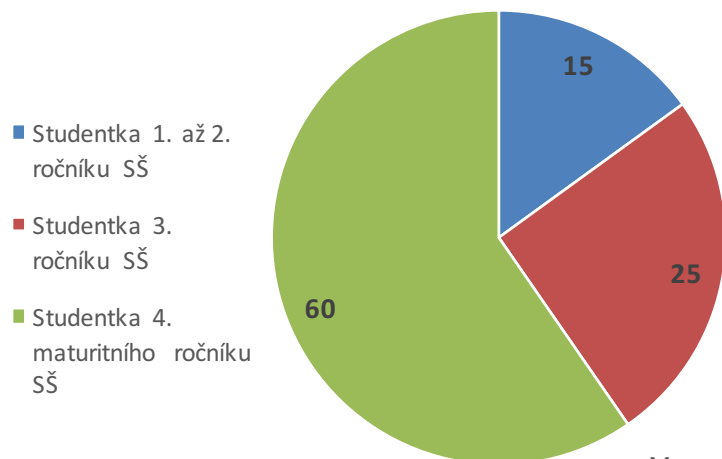
Kdo se výzkumu zúčastnil, N=3591, v %



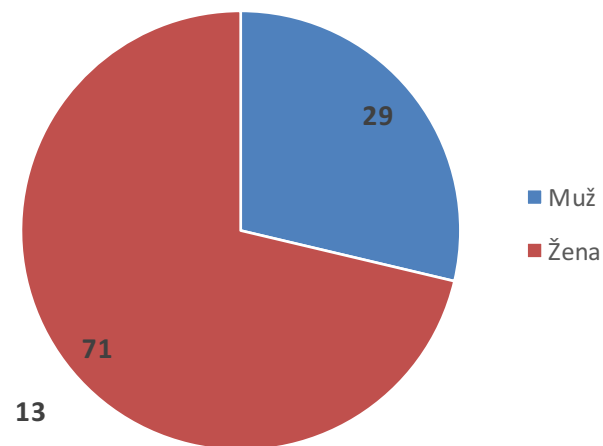
KDO JSOU MATURANTI VE VÝZKUMU

KDO A ODKUD JSOU

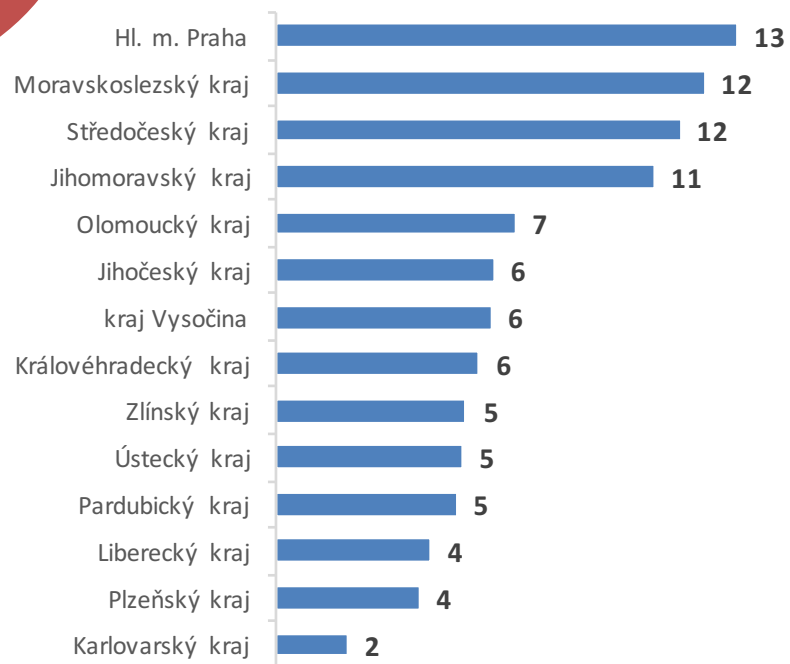
Ročník studia SŠ, N=2425, v %



Pohlaví, N=2425, v %

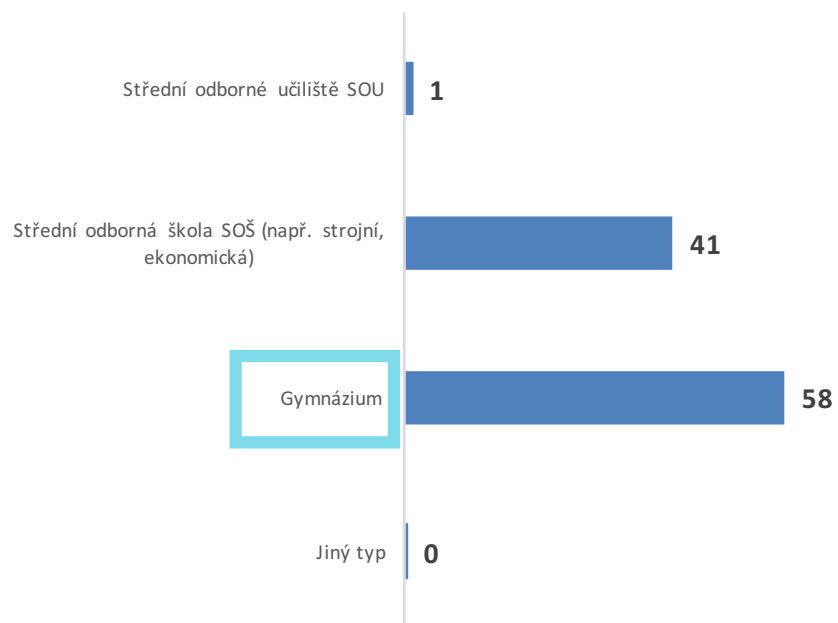


Místo bydliště, N=2425, v %

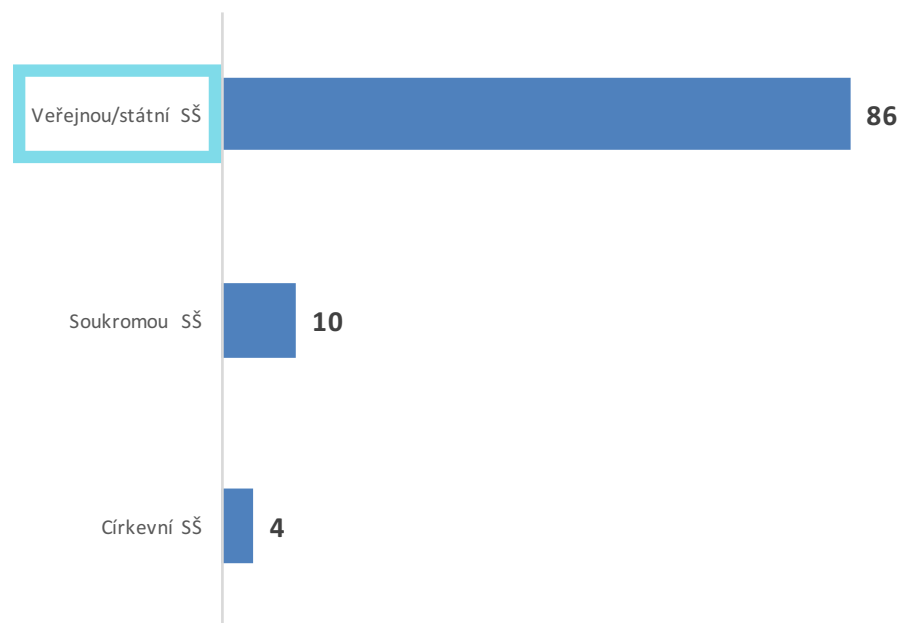


JAKÉ ŠKOLY STUDUJÍ

Typ SŠ, N=2425, v %



Zřizovatel SŠ, N=2425, v %



HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ A DOPORUČENÍ

HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ A DOPORUČENÍ

ZNALOST VŠ

- Jako první se spontánně nejvyššímu podílu maturantů vybaví **Univerzita Karlova v Praze** (30 %) a **Masarykova univerzita** (16 %), následuje skupina vysokých škol od 3 do 7 p.b. (ČVUT, VŠE, UPOL, VUT).

KRITERIA VÝBĚRU VŠ/OBORU

- Středoškoláky je nutné oslovovat s **nabídkou studia na VŠ již v nižších ročnících** – o výběru VŠ přemýšlí již před 3. ročníkem téměř $\frac{3}{4}$ z nich.
- **Nutné minimum**, které musí VŠ splňovat, aby ji maturanti brali do úvahy, je vhodný obor a dostatečná kvalita výuky. Obor přitom vybírají hlavně podle toho, zda je **bude bavit** a zda v něm budou v budoucnu **chtít také pracovat**.
- Pokud VŠ dané podmínky splní, je při výběru pro maturanty nejpodstatnější existující **spolupráce VŠ se zaměstnavateli a prestiž školy** (důležité pro cca polovinu všech maturantů). Cca 1/3 maturantů uslyší i na **výši nákladů na studium** (mohou využít i VŠ z menších měst), **možnost absolvovat část studia v zahraničí**.
- Nejvíce maturantů (více než třetina) zvažuje studium **ekonomie a managementu, humanitních a společenských věd, nebo jazyků a mezinárodních studií**.
- Maturanti jsou ve velké míře **ochotní za VŠ cestovat**, více než 1/3 z nich i více než 200 km. Pokud však mají na výběr studium v oboru na srovnatelných VŠ, je **blízkost bydliště a VŠ důležité kritérium**.
- Na **zahraniční univerzitu** je odhodláno jít 5 % maturantů.
- **Při studiu VŠ plánuje** nějakým způsobem **pracovat** 96 % maturantů.

ZDROJE INFORMACÍ O VŠ STUDIU

- Pro zjištění možností studia VŠ využívají téměř všichni maturanti **internet** (96 %).
- Čtyři pětiny maturantů se podívají na **webové stránky konkrétní VŠ** – vlastní prezentace školy je tak velmi podstatná. Nejvyužívanějšími specializovanými servery jsou **jobs.cz/vysokeskoly**, **vysokeskoly.cz** a **kampomaturite.cz**. Ostatní servery polovina a více maturantů ani nezná.
- Z **tištěných periodik** jsou nejčtenější **Kam po maturitě** a **Jak na VŠ**, ve srovnání s internetem tištěné materiály jako celek využívá pro získání informací pouze 41 % maturantů.

HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ A DOPORUČENÍ

ŽIVOT A HODNOTY MATURANTŮ A SLEDOVANOST MÉDIÍ

- K **životní spokojenosti** maturantů podle nich nejvíce přispěje **dobré zaměstnání** a možnost mít **vlastní názor a přesvědčení**.
- Nejčastějším **koníčkem** maturantů je **aktivní sportování** (44 %), s odstupem hraní hudby (8 %), četba (6 %), umělecká činnost (6 %), chov zvířat (5 %) a další.
- Ve **volném čase** nejčastěji prohlížejí **internet** (denně 81 %) a sledují **sociální sítě** (denně 77 %), ¼ z nich ale třeba denně poslouchá rádio.
- Z těch, kteří dané médium sledují pravidelně: poslouchá 44 % rozhlasovou stanici **Evropa 2**, 34 % navštěvuje stránky **www.seznam.cz**, 9 % čte časopis **Epocha**, 47 % čte **MF Dnes** a 95 % sleduje **Facebook**.

SEGMENTACE – ROZDÍLY MEZI MATURANTY, VYSOKOŠKOLÁKY A NESTUDUJÍCÍMI (plánují začít studovat VŠ)

- Ze srovnání odpovědí maturantů s odpověďmi vysokoškoláků a nestudujících vyplývají některé zajímavé rozdíly, jako např.:
 - Výrazně **vyšší ochota maturantů cestovat za VŠ** (více než 200 km: maturanti 35 %, vysokoškoláci 26 %, nestudující 15 %)
 - Maturanti chtějí více než ostatní studovat **obory**: jazyky a mezinárodní studia, medicína a farmacie, přírodní vědy
 - Maturanti ve vyšší míře uvažují o **studiu v zahraničí**
 - Maturanti **méně** využívají pro informace o VŠ **denní tisk**
 - Maturanti plánují ve **vyšší míře** mít při studiu **brigády** a **práci v rámci praxe na VŠ**
 - Nestudující nejméně používají soc. sítě, naopak více poslouchají rádio
 - Nestudující poslouchají rádiové stanice s žurnalistikou, naopak maturanti a vysokoškoláci více zábavné stanice
- 17 % vysokoškoláků je nespokojeno se současným studiem na VŠ
- 27 % vysokoškoláků je již rozhodnuto podat přihlášku na další VŠ (z toho 8 % z důvodu navazujícího Mgr. studia), dalších 20 % o tom uvažuje

HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ A DOPORUČENÍ

KOMUNIKACE – NA CO MATURANTI SLYŠÍ

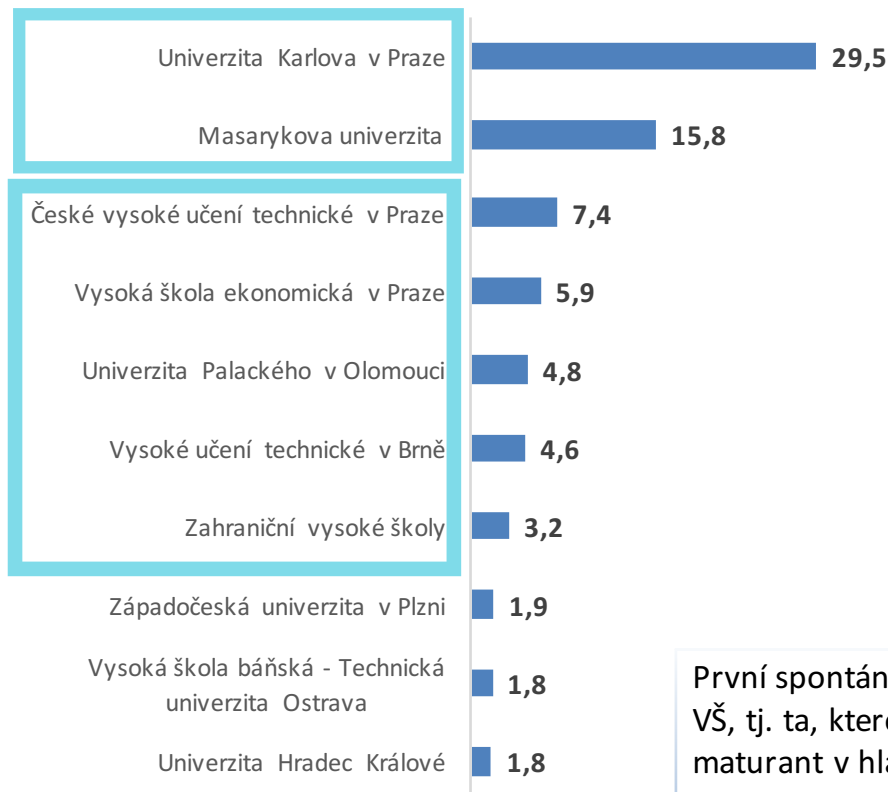
- Komunikujte především **spolupráci VŠ se zaměstnavateli a prestiž školy** – to je důležité pro cca polovinu všech maturantů. Je to způsob, jak se od ostatních VŠ odlišit v tom pro maturanty podstatném.
- Cca 1/3 maturantů uslyší i na **výši nákladů na studium** (mohou dobře využít i VŠ z menších měst), **možnost absolvovat část studia v zahraničí**. Můžete se pokusit oslabit i obavy ze vzdálenosti VŠ (např. dostupným a příjemným bydlením, dopravní dostupností VŠ atd.).
- Téměř **všichni maturanti** plánují při studiu VŠ nějakým způsobem **pracovat**. Využijte toho, pokud jako VŠ **máte pracovní příležitosti pro studenty** (i formou jednorázových brigád, projektů), nebo **spolupracujete se zaměstnavateli** (např. formou placených stáží apod.), můžete komunikací této skutečnosti u maturantů zabodovat.
- Zkuste vymyslet, jak komunikovat **studium na vaší VŠ** jako **prostředek k získání dobrého zaměstnání** (které bude studenty bavit), popř. způsob výuky jako takový, který tříbí či uznává vlastní názory studentů. Pro životní spokojenost maturantů jsou to v současnosti nejpodstatnější věci.
- Pořádá vaše škola akce, které by souzněly se zálibami maturantů? Jsou ve vašem městě aktivní uskupení lidí, věnující se podobným koníčkům? Proč o tom uchazečům o studium nedat vědět?
- Téměř tři pětiny maturantů za určitých okolností **nevylučují studium na soukromé VŠ**. Nejdůležitější (krom komunikace dostupnosti školního) je pracovat na změně vnímání soukromých VŠ jako institucí, jejichž studenti (vzdělání studentů) jsou uznávání (např. formou konkrétního příkladu vlastního studenta).

ZNALOST VYSOKÝCH ŠKOL A VÝBĚR STUDIA

SPONTÁNNÍ ZNALOST VŠ – první jmenovaná (TOM)

Která vysoká škola vás napadne jako první? Uveďte název.

**TOM VŠ - prvních 10 nejčastěji jmenovaných,
N=2161, v %**



První spontánně uvedená VŠ, tj. ta, kterou má maturant v hlavě jako první – dle četnosti lze VŠ rozdělit do 3 skupin.

**TOM VŠ – druhých 10 nejčastěji jmenovaných,
N=2161, v %**

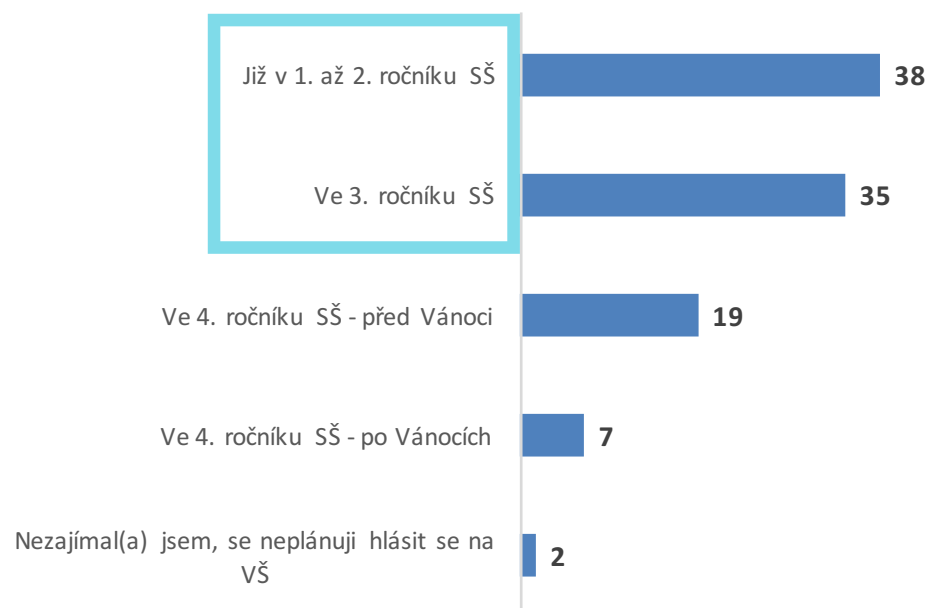


KDY A PODLE ČEHO VŠ VYBÍRAJÍ

Kdy jste se začal(a) aktivně zajímat o možnosti studia na VŠ (přehled vysokých škol, studijních oborů atd.)?

Podle čeho se rozhodujete, na které VŠ podáte přihlášku?

Kdy se začal(a) zajímat o VŠ, N=2425, v %



Středoškoláci se jeví jako poměrně zodpovědní – výběrem VŠ se zabývají již v nižších ročnících studia (téměř $\frac{3}{4}$ z nich). Proto je vhodné začít je oslovovat výrazně dříve, než v maturitním ročníku.

Kriteria výběru VŠ, průměr na škále 1=rozhodně důležité až 4=rozhodně nedůležité

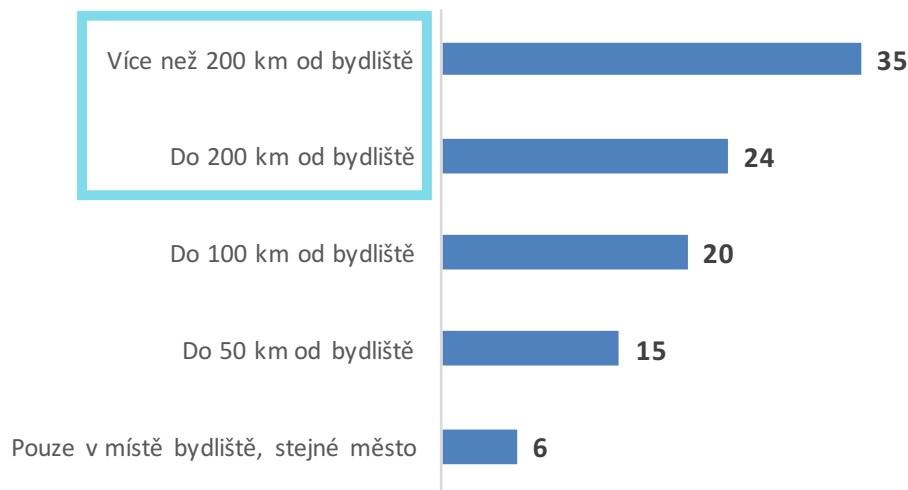


Není překvapivé, že stěžejní kritéria, podle kterých maturanti VŠ vybírají, jsou **obor** a **kvalita výuky** – tj. jedná se o nutné předpoklady VŠ. Ostatní kritéria buď nejsou podstatná (nízká obtížnost studia atd.), nebo mohou být podstatná pouze pro rel. malou, specifickou skupinu maturantů.

VZDÁLENOST VŠ A ZÁJEM O OBORY

*Jak daleko od vašeho bydliště může VŠ být, abyste o studiu na ní uvažoval(a)?
Které směry/obory vysokoškolského studia zvažujete? (možnost více odpovědí)*

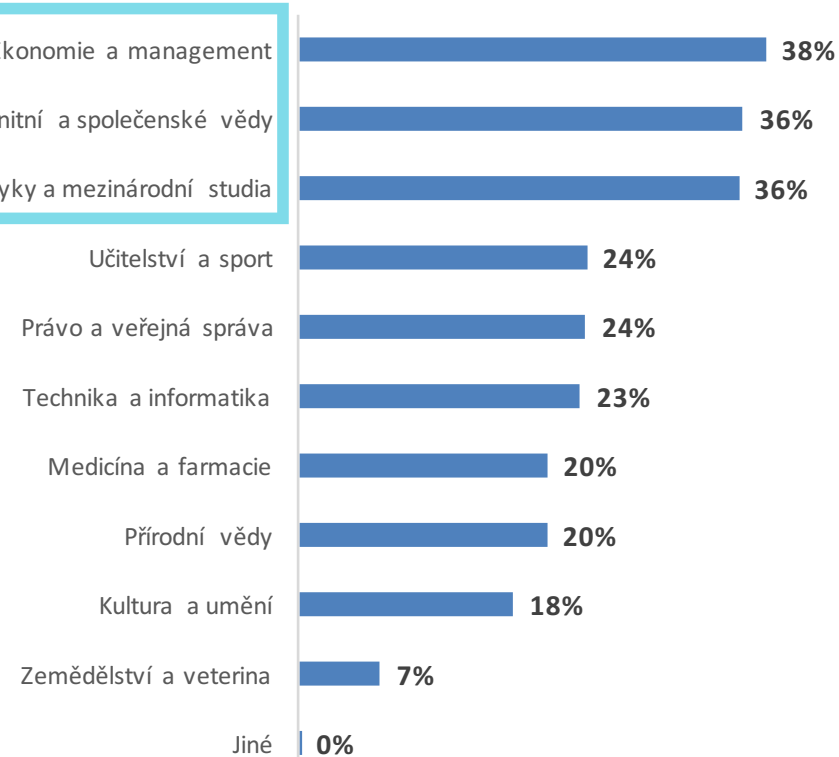
Preferovaná vzdálenost VŠ od bydliště, N=2387, v %



Dle deklarace maturantů není vzdálenost VŠ od jejich bydliště nijak velkou bariérou pro její výběr, **o maturanty lze tedy dobře soutěžit bez ohledu na lokalitu VŠ!** (I když pokud podobnou školu najdou blíže, lokalita bude důležitým faktorem pro rozhodování – viz dále.)

V tomto věku je více než 1/3 maturantů ochotna jít za VŠ přes celou republiku, a téměř další ¼ cestovat/přestěhovat se 100 až 200 km.

Zvažované obory VŠ studia, N=2384, v % respondentů

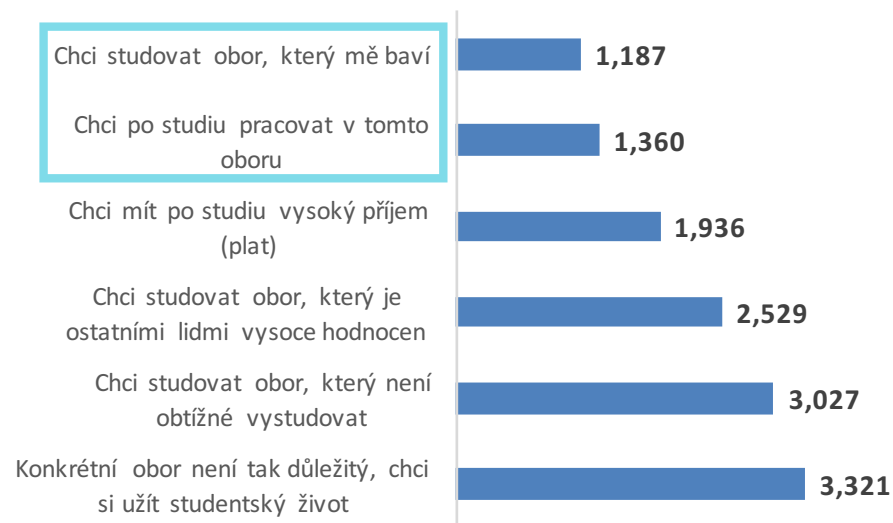


JAK VYBÍRAJÍ OBOR STUDIA

Podle čeho si obor vybíráte?

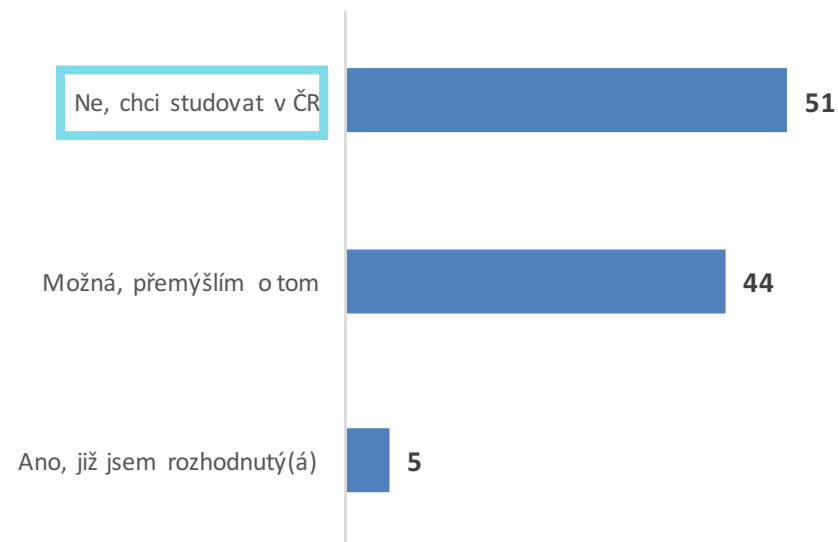
Uvažujete o absolvování celého studia na VŠ v zahraničí?

Kriteria výběru oboru na VŠ, průměr na škále
1=rozhodně důležité až 4=rozhodně nedůležité



Maturanti vybírají obor studia především podle toho, co je **baví**, výrazně často plánují ve studovaném oboru najít i **pracovní uplatnění** (tedy chtějí studovat i později dělat to, co je baví).

Celé studium v zahraničí, N=2387, v %



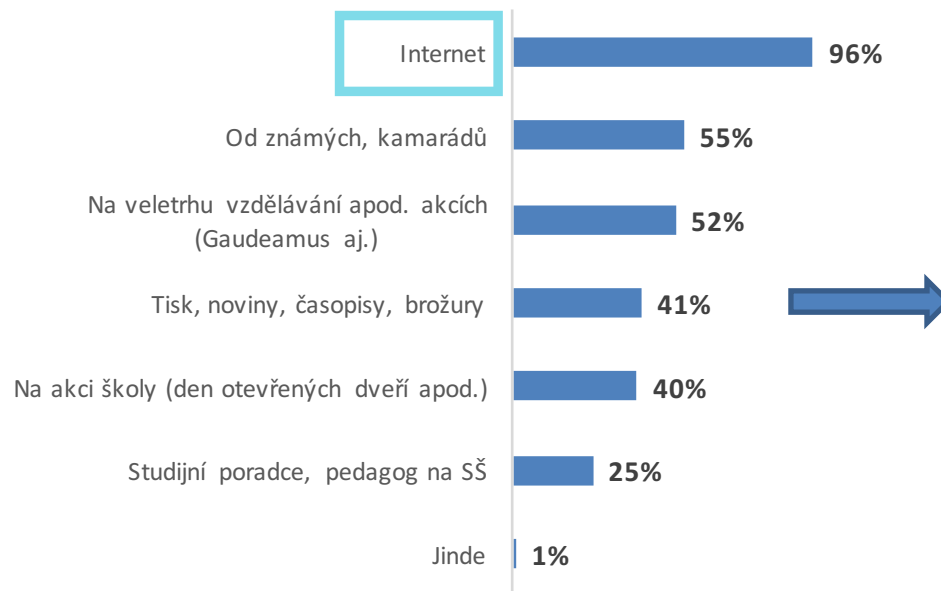
Maturantů rozhodnutých studovat v zahraničí je „pouhých“ 5 %. Vzhledem k termínu výzkumu není pravděpodobné, že by ti, kteří o tom pouze uvažují, stihli na zahraniční VŠ v příštím akademickém roce nastoupit – jde jen o úvahu, nic pro to zatím nedělají.

ZDROJE INFORMACÍ O VŠ

Kde jste zjišťoval(a) informace o VŠ a studijních oborech? (možnost více odpovědí)

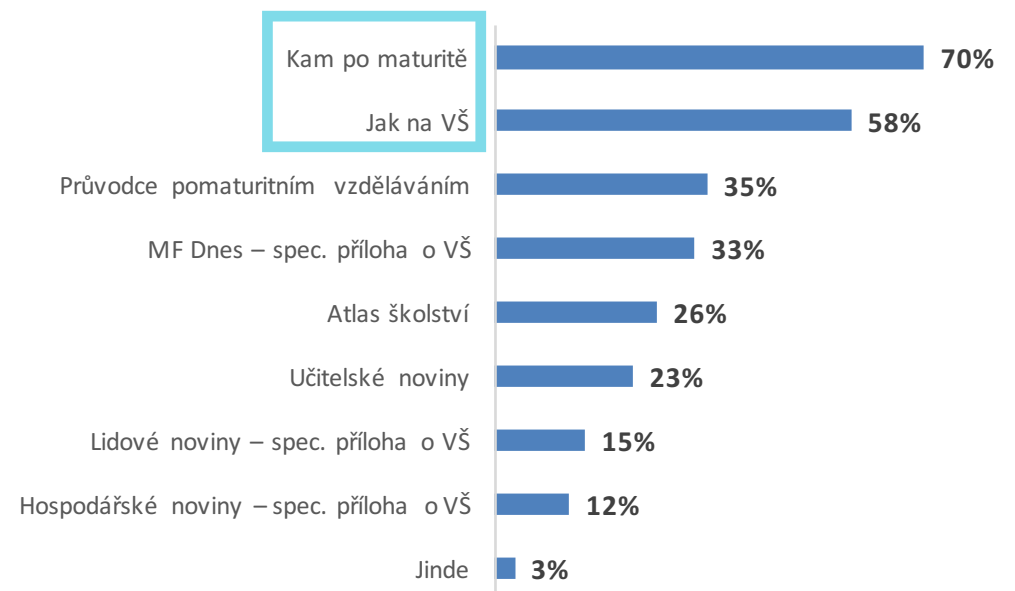
Kde konkrétně v tisku jste informace hledal(a)? (možnost více odpovědí)

Kde zjišťovali info o VŠ, N=2385, v % respondentů



Jednoznačně nejvíce využívaným zdrojem informací o VŠ je pro současnou generaci maturantů **internet** – VŠ na něm tedy nesmí chybět (zásah bezmála 100 %).

Kde v tisku zjišťovali info o VŠ, N=985, v % respondentů

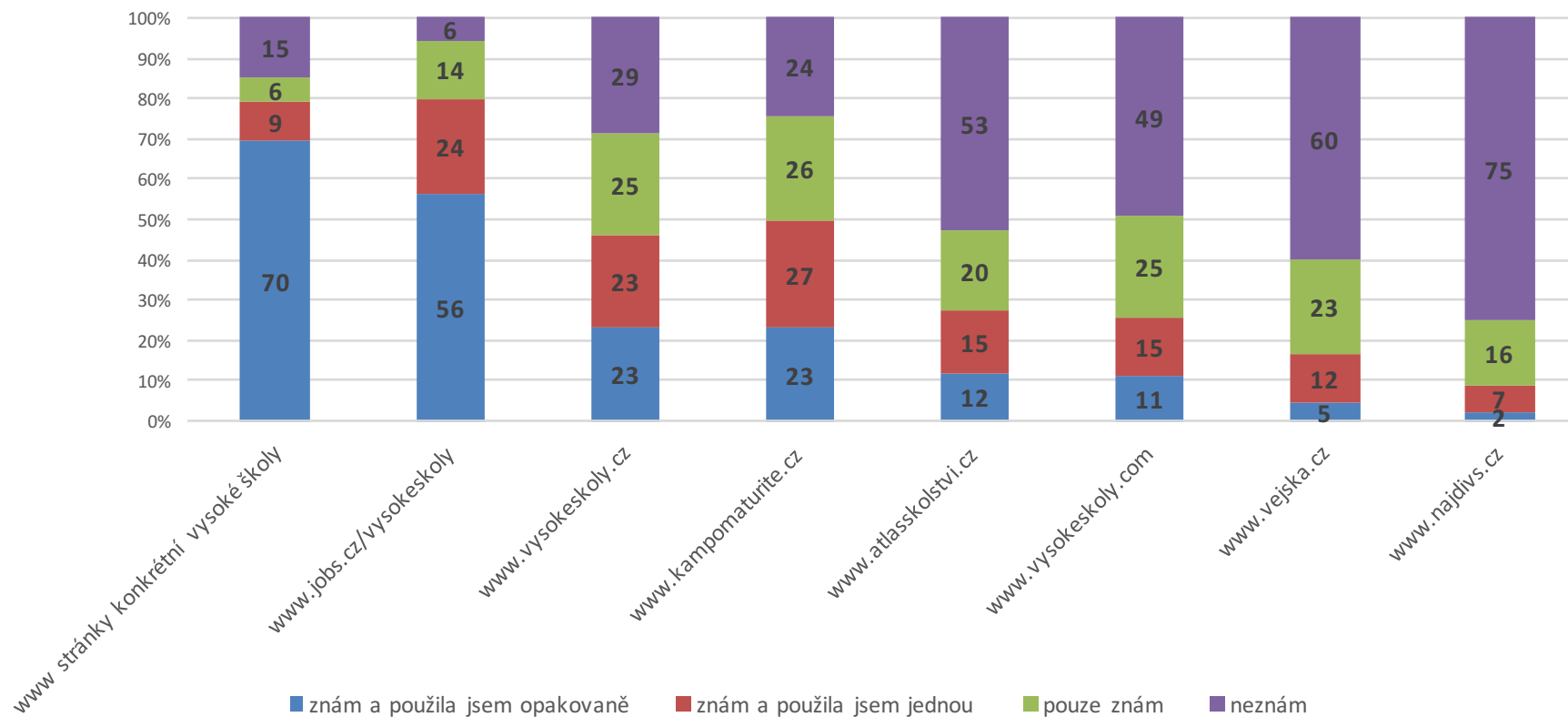


2/5 maturantů hledá informace i v tiskovinách, většina z nich v „**Kam po maturitě**“ a „**Jak na VŠ**“. Ani ostatní periodika však nejsou zanedbatelné.

ZDROJE INFORMACÍ O VŠ – SPECIALIZOVANÉ SERVERY

Které z následujících stránek znáte a které jste při hledání informací o VŠ použil(a)?

Znalost a využití internetových přehledů VŠ, N=2385, v %

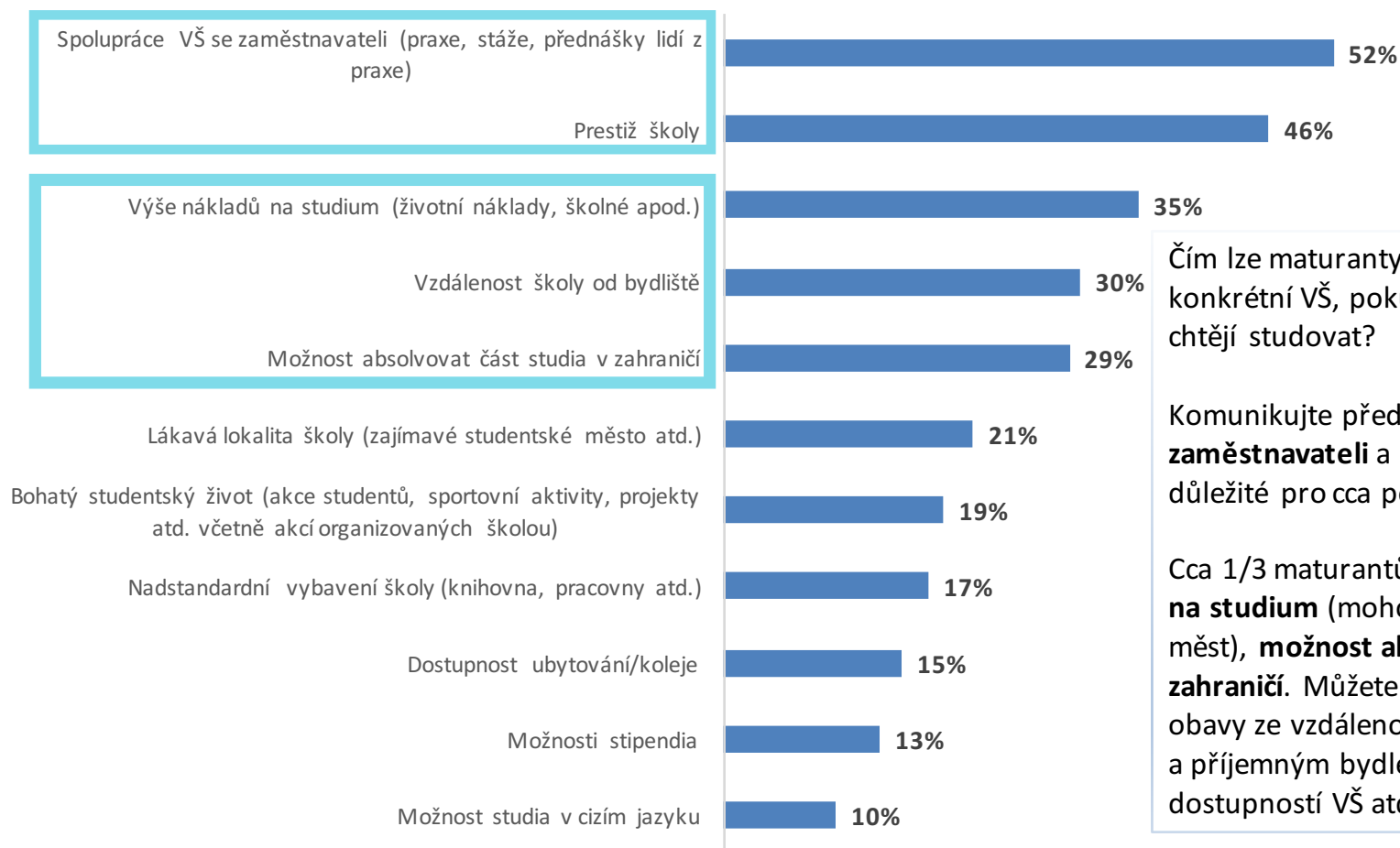


4/5 maturantů se podívají na **webové stránky konkrétní VŠ** – vlastní prezentace školy je tak velmi podstatná. Nejvyužívanějšími specializovanými servery, na kterých by VŠ měla být, jsou **jobs.cz/vysokeskoly**, **vysokeskoly.cz** a **kampomaturite.cz**. Ostatní servery polovina a více maturantů ani nezná.

VÝBĚR VŠ – JAK JE MOŽNÉ SE ODLÍŠIT

Představte si, že vás přijali na stejný obor studia na 3 různé VŠ. Na základě čeho si vyberete VŠ, na které začnete studovat? Vyberte maximálně 3 nejdůležitější důvody.

Nejdůležitější kritéria při srovnávání VŠ, N=2385, v % respondentů



Čím lze maturanty přesvědčit, aby si vybrali konkrétní VŠ, pokud poskytuje obor, který chtějí studovat?

Komunikujte především **spolupráci VŠ se zaměstnavateli a prestiž školy** – to je důležité pro cca polovinu všech maturantů.

Cca 1/3 maturantů uslyší i na **výši nákladů na studium** (mohou využít i VŠ z menších měst), **možnost absolvovat část studia v zahraničí**. Můžete se pokusit oslabit i obavy ze vzdálenosti VŠ (např. dostupným a příjemným bydlením, dopravní dostupností VŠ atd.).

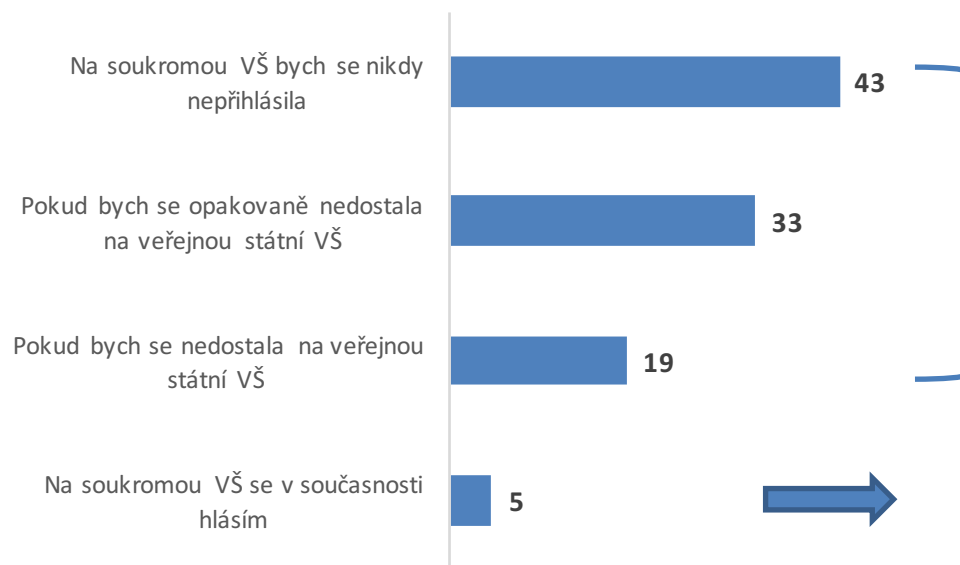
VÝBĚR SOUKROMÉ VŠ

Za jakých okolností byste si vybral(a) studium na soukromé VŠ?

Jaké maximální roční školné byste byl(a) ochoten(ochotna) zaplatit za studium na kvalitní soukromé VŠ, která by vás opravdu oslovila (oborem, stylem výuky atd.)?

Co vás nejvíce odrazuje od studia na soukromé VŠ?

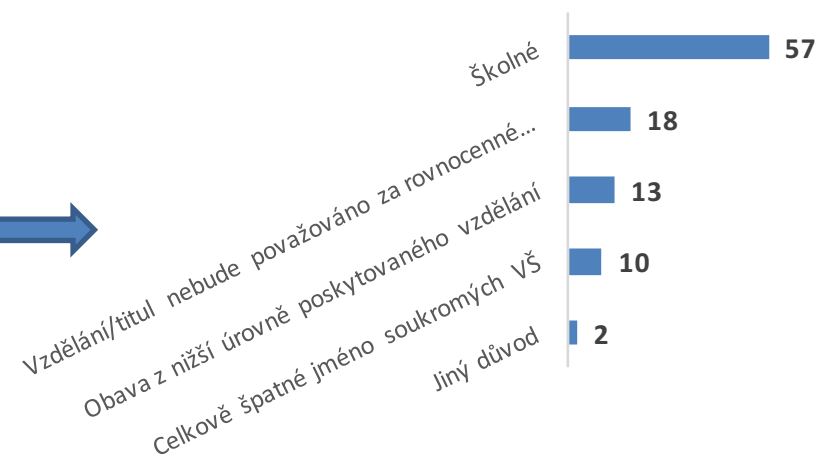
Ochota studovat soukromou VŠ, N=2387, v %



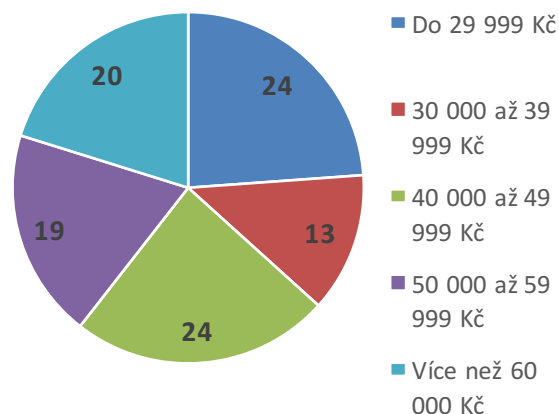
2/5 maturantů tvrdí, že by se na soukromou VŠ nikdy nepřihlásili – **s téměř 3/5 maturantů se ale dá pracovat.**

Soukromé VŠ mají krom vhodné komunikace školného jasný cíl – změnit povědomí maturantů o uznávání a kvalitě jejich vzdělávání.

Bariéry studia soukromé VŠ, N=2276, v %



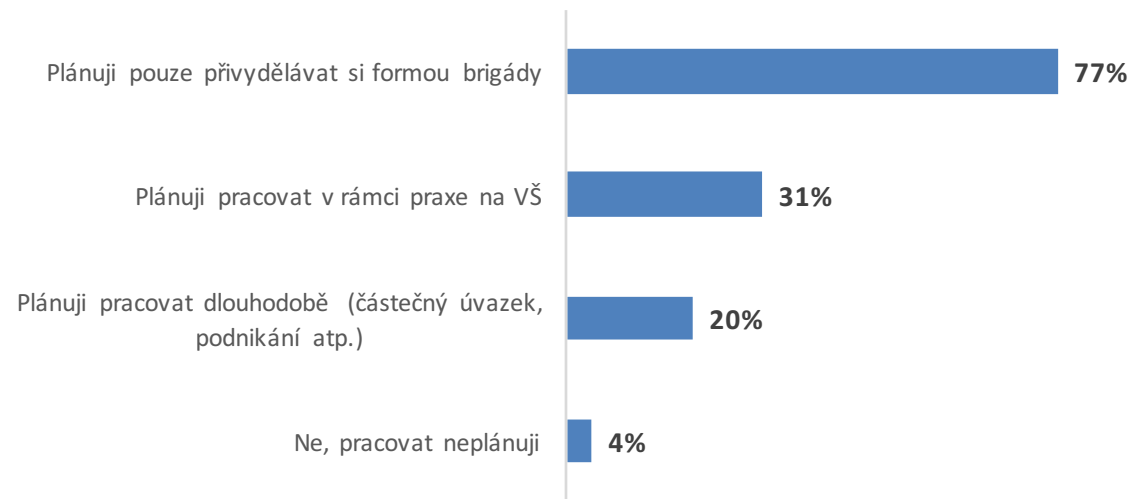
Maximální školné, N=109, v %



PRÁCE PŘI STUDIU - PLÁNY

Plánujete při studiu na VŠ pracovat? (možnost více odpovědí)

Plánovaná práce při studiu VŠ, N=2387, v % respondentů



96 % maturantů plánuje při studiu VŠ nějakým způsobem pracovat.

Pokud jako VŠ máte pracovní příležitosti pro studenty (i formou jednorázových brigád, projektů), nebo spolupracujete se zaměstnavateli (např. formou placených stáží apod.), můžete komunikací této skutečnosti u maturantů zabodovat.

ŽIVOT A HODNOTY MATURANTŮ

ŽIVOTNÍ SPOKOJENOST A ÚROVEŇ

Jakou důležitost přikládáte následujícím věcem pro vaši životní spokojenost?

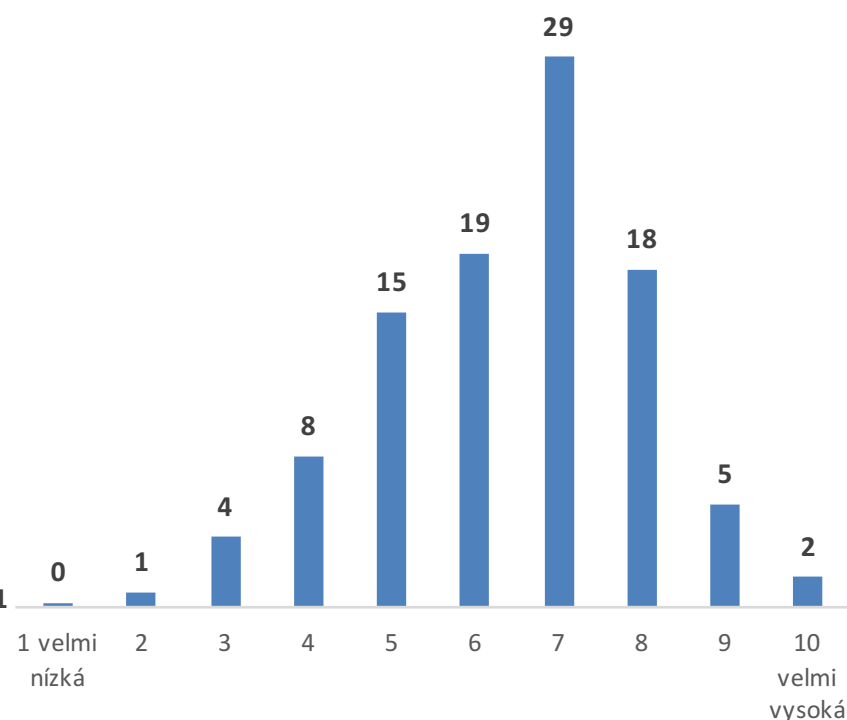
Když srovnáte vaši rodinu s jinými rodinami, patříte podle vašeho názoru k rodinám s vyšší, nebo nižší životní úrovní?

Životní spokojenost, N=2425, průměr na škále 1=velmi důležité až 4 zcela nedůležité



Zkuste vymyslet, jak komunikovat studium na vaší VŠ jako prostředek k získání dobrého zaměstnání (které bude studenty bavit), popř. způsob výuky jako takový, který tříbí či uznává vlastní názory studentů. Pro životní spokojenost maturantů jsou to v současnosti nejpodstatnější věci.

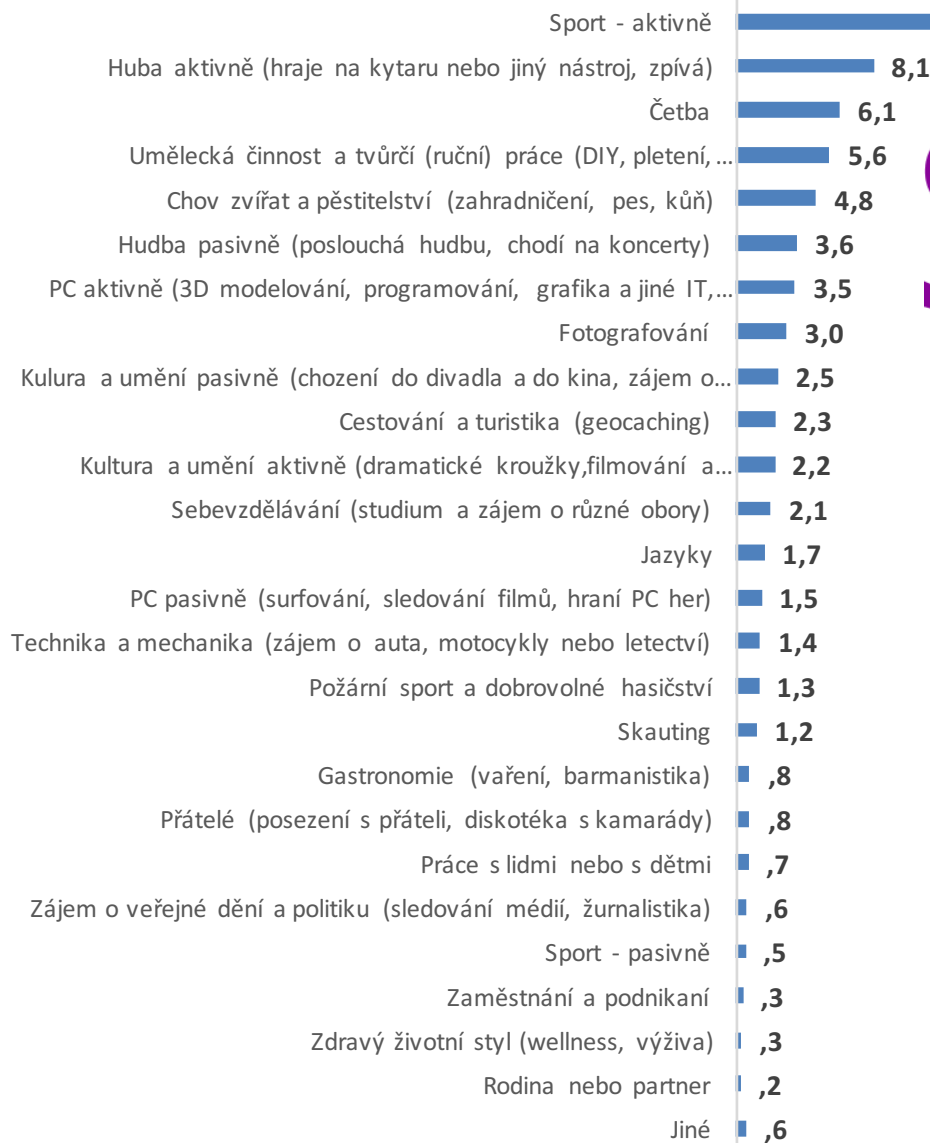
Životní úroveň rodiny, N=2425, v %



KONÍČKY A VOLNÝ ČAS

Máte nějaký hlavní koníček, zálibu?
(spontánní uvedení)

Koníčky, N=1745, v %



Pořádá vaše škola akce, které by souzněly se zálibami maturantů?

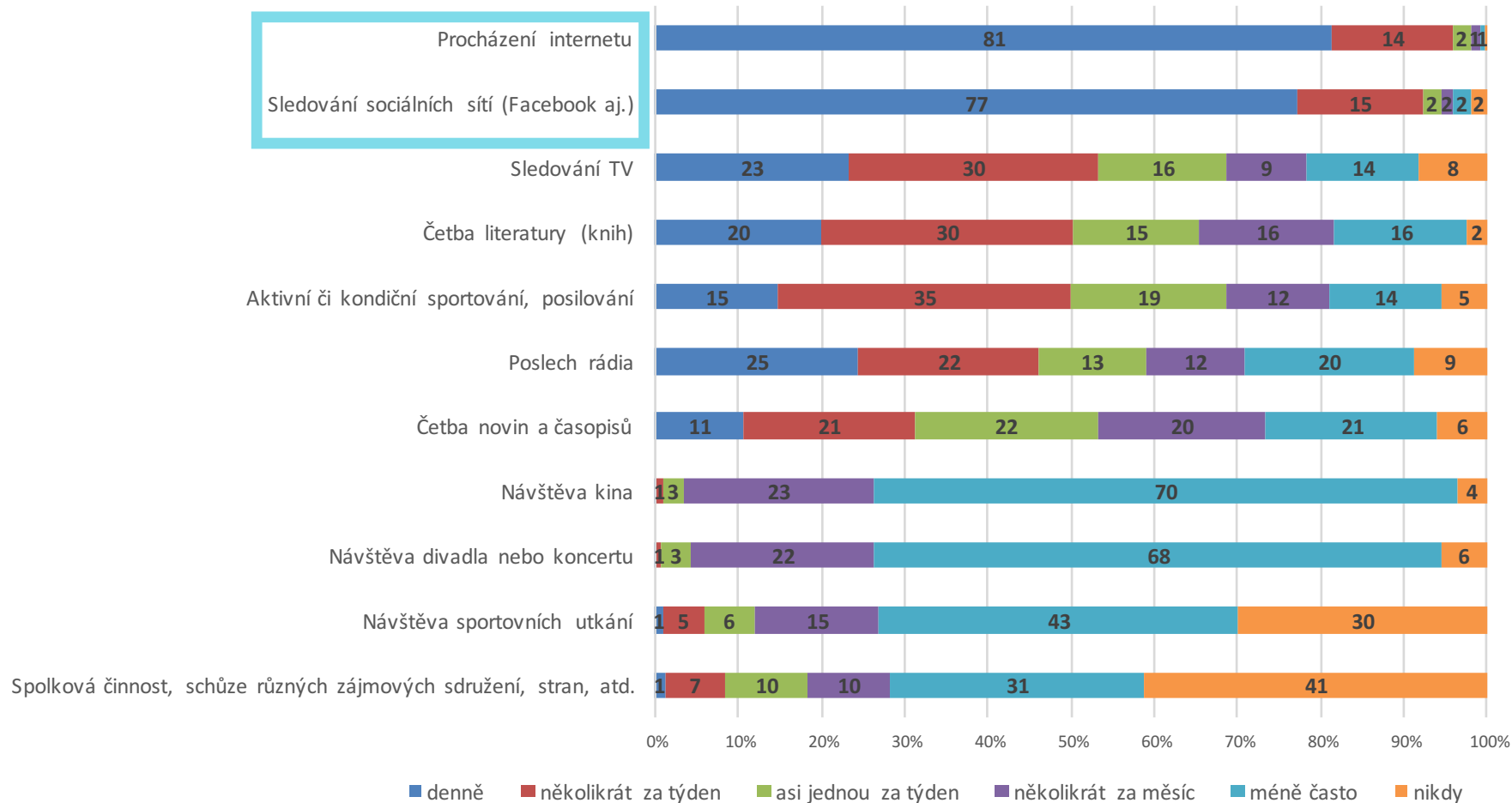
Jsou ve vašem městě aktivní uskupení lidí,
věnující se podobným koníčkům?

Proč o tom uchazečům o studium nedat vědět?
Viz i následující strana.

TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU

Jak často se ve volném čase věnujete následujícím činnostem?

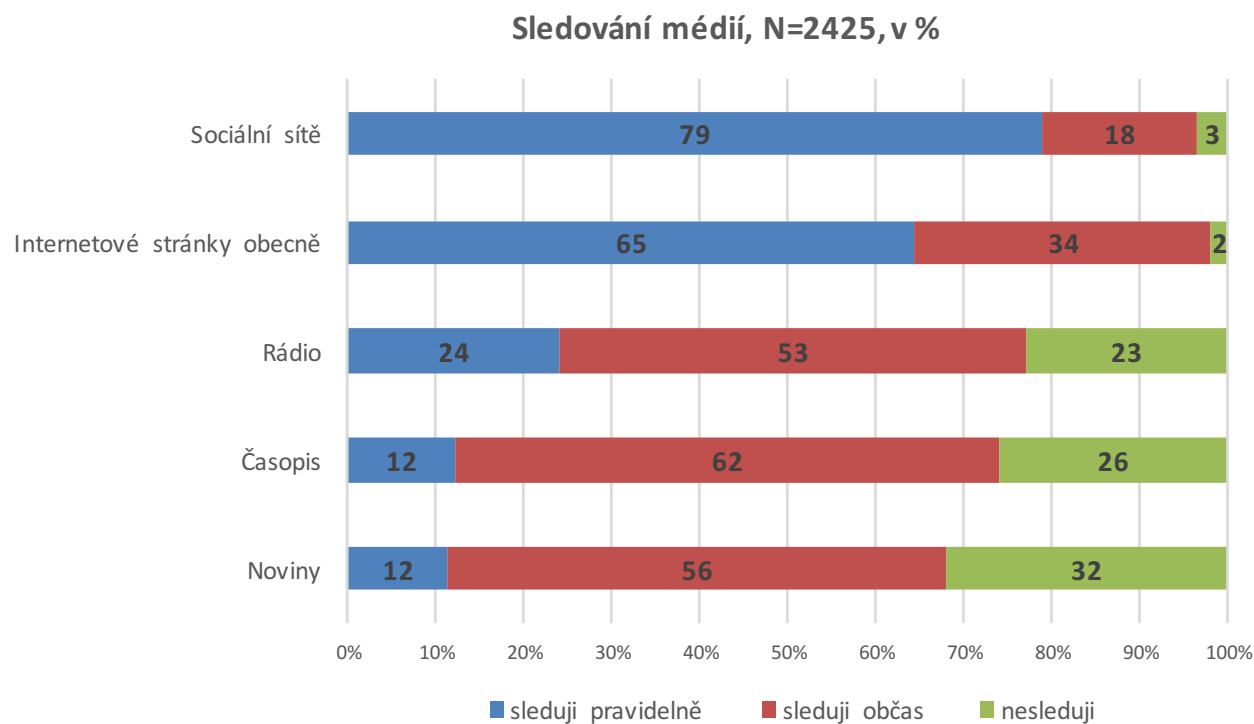
Trávení volného času, N=2425, v %



SLEDOVÁNÍ MÉDIÍ

SLEDOVÁNÍ MÉDIÍ

Které z následujících médií pravidelně sledujete?

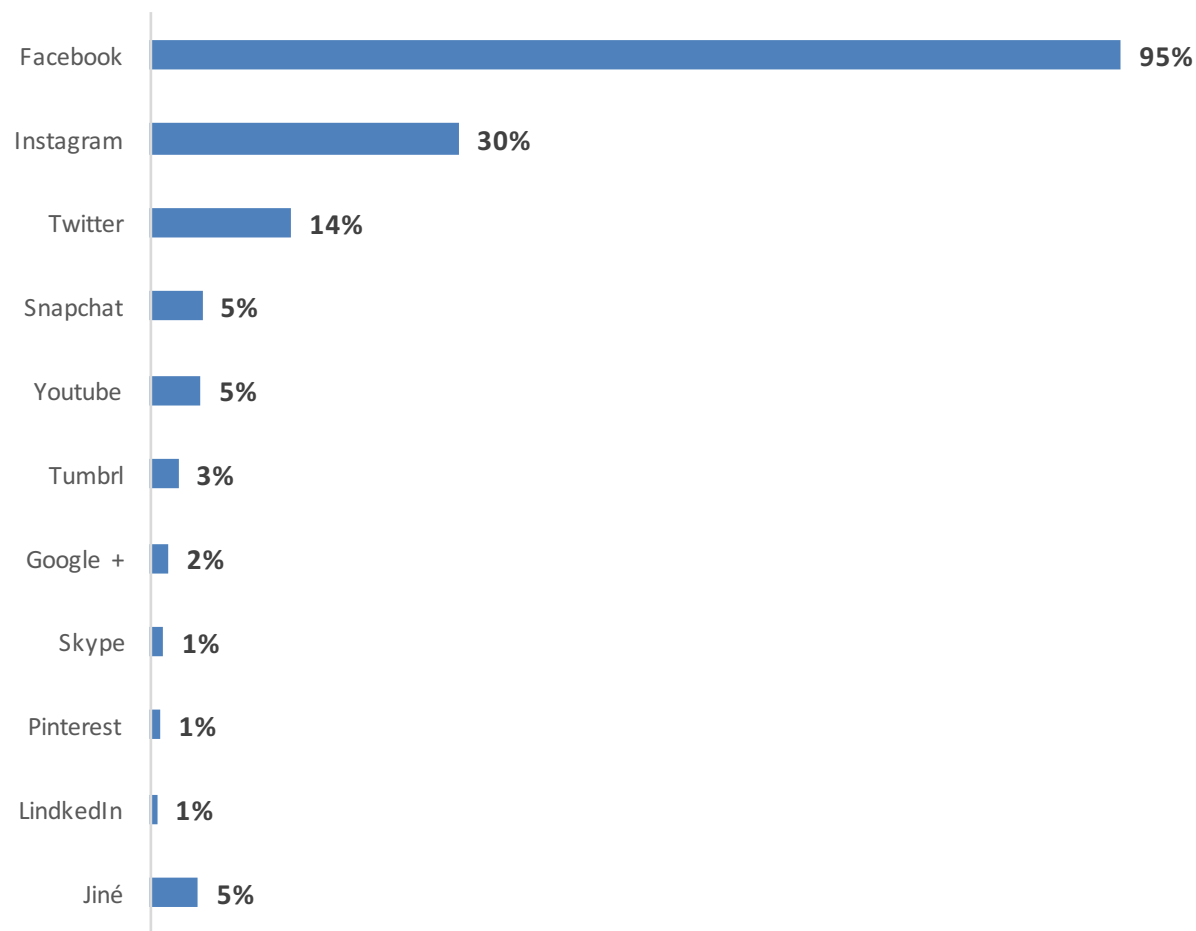


Jaké jsou vhodné komunikační kanály na maturanty?
Konkrétní stanice, periodika atd. viz dále.

SLEDOVÁNÍ MÉDIÍ - SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Sociální sítě - pravidelně sleduji: Které sociální sítě používáte?

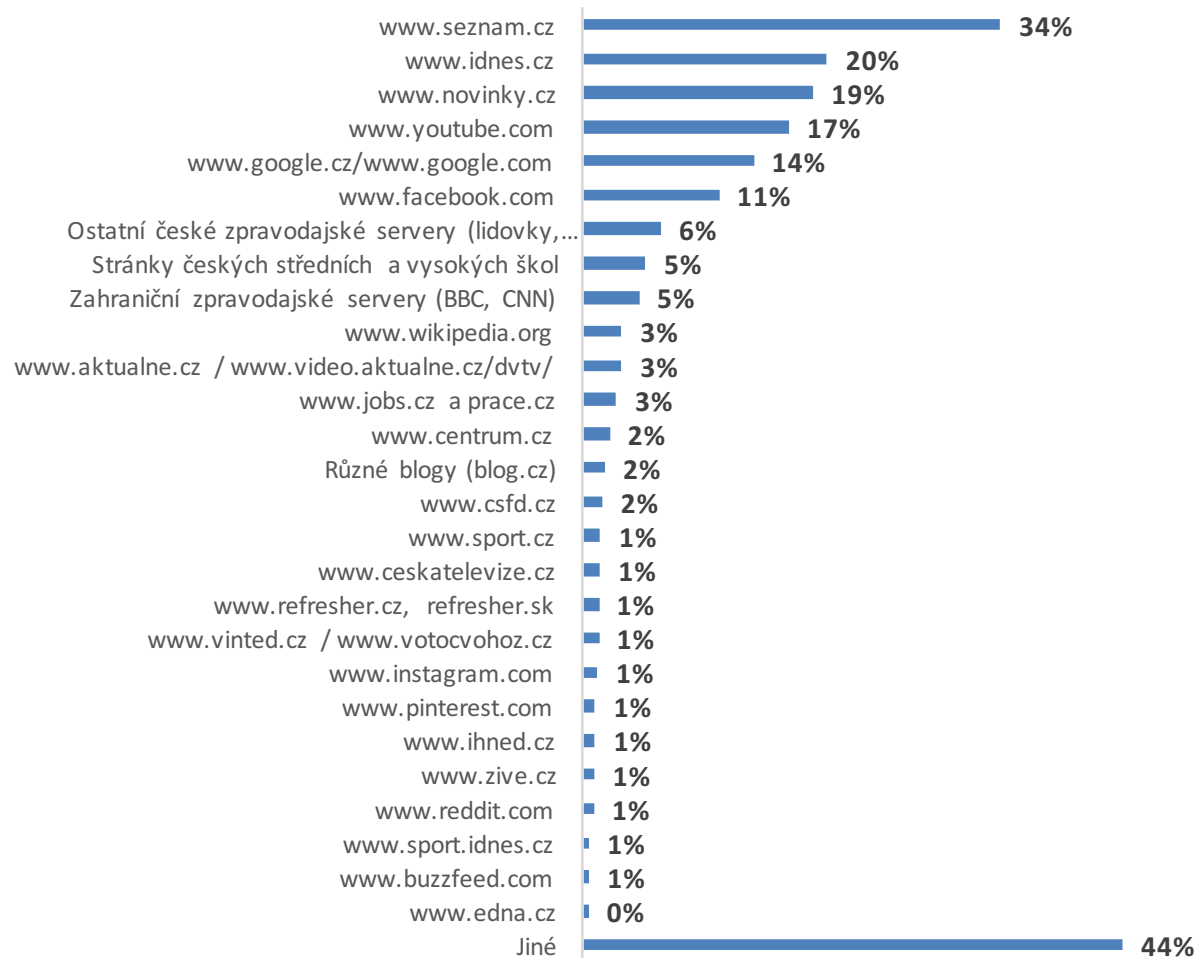
Používání soc. sítí - všechny jmenované, N=1915, v %
respondentů



SLEDOVÁNÍ MÉDIÍ – INTERNETOVÉ STRÁNKY

Internetové stránky - pravidelně sleduji: Které stránky navštěvujete?

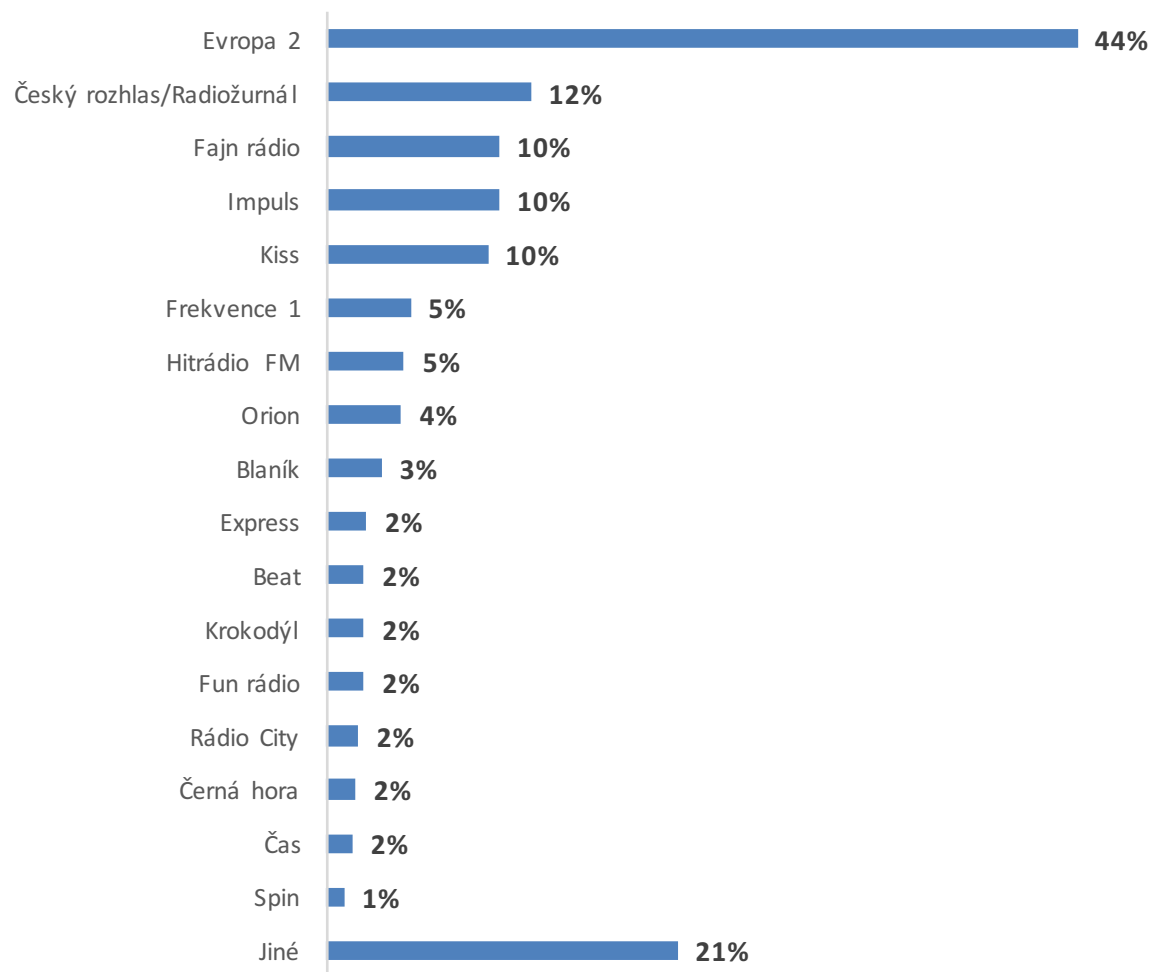
Návštěva internetových stránek - všechny jmenované, N=1562, v %
respondentů



SLEDOVÁNÍ MÉDIÍ - RÁDIO

Rádio - pravidelně sleduji: Kterou stanici posloucháte?

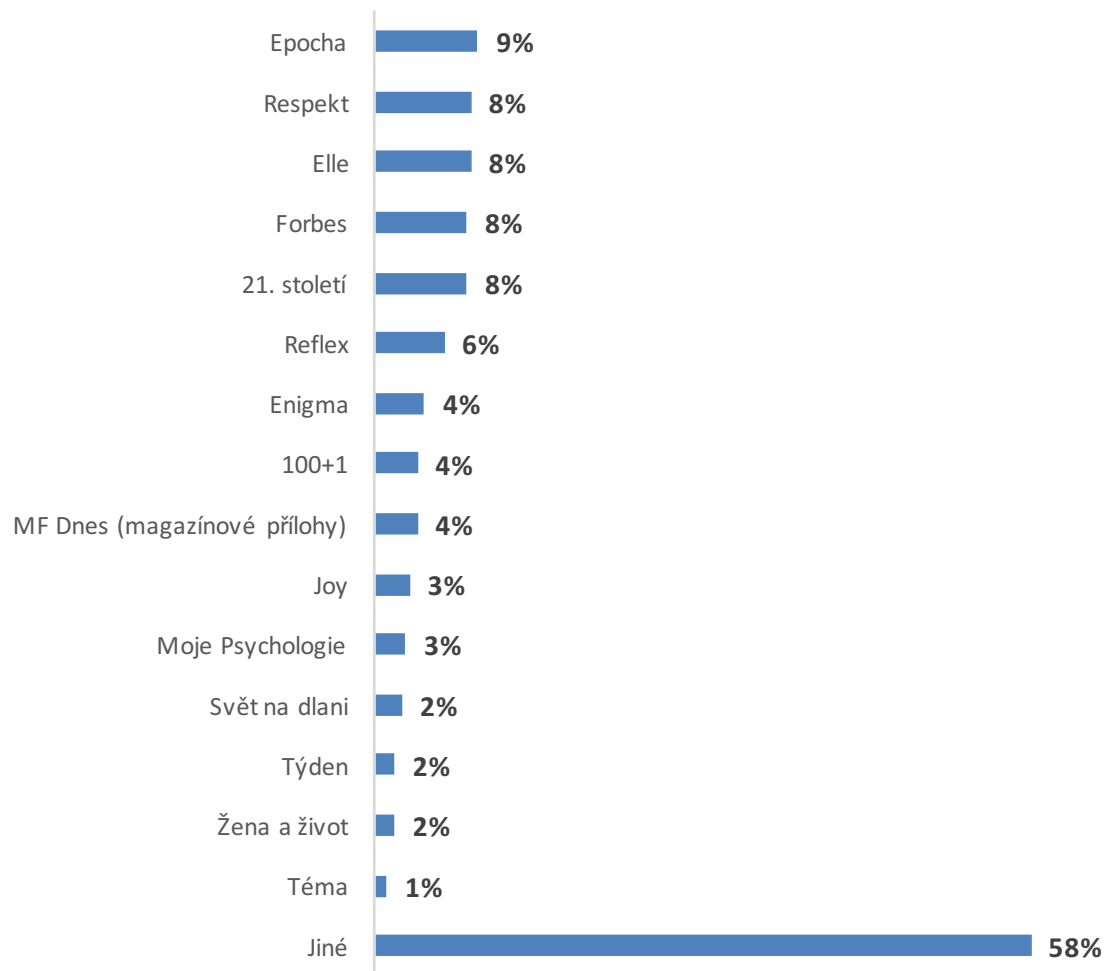
Poslechovost rádií - všechny jmenované, N=587, v % respondentů



SLEDOVÁNÍ MÉDIÍ - ČASOPISY

Časopis - pravidelně sleduji: Který časopis čtete?

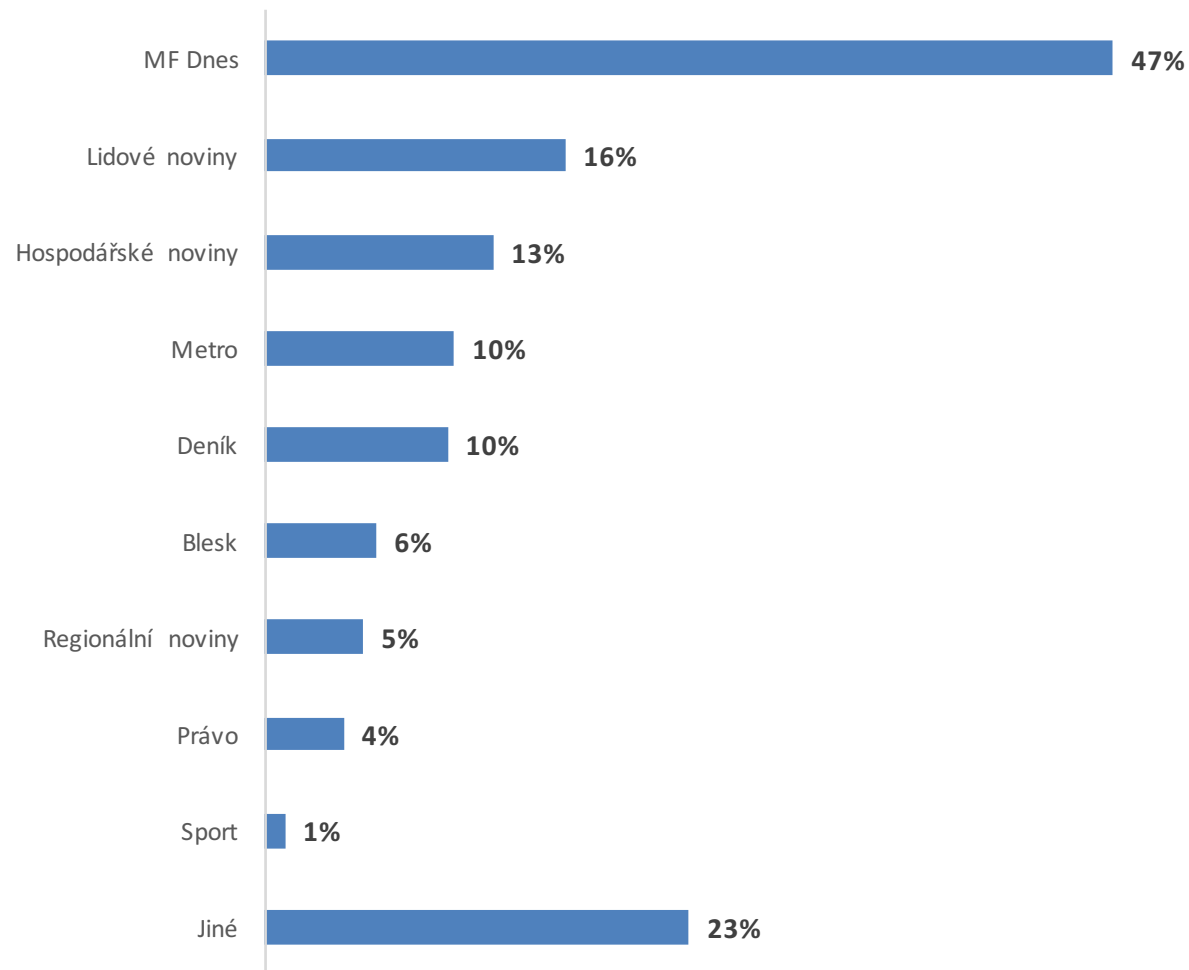
Čtenost časopisů - všechny jmenované, N=299, v % respondentů



SLEDOVÁNÍ MÉDIÍ - NOVINY

Noviny - pravidelně sleduji: Které noviny čtete?

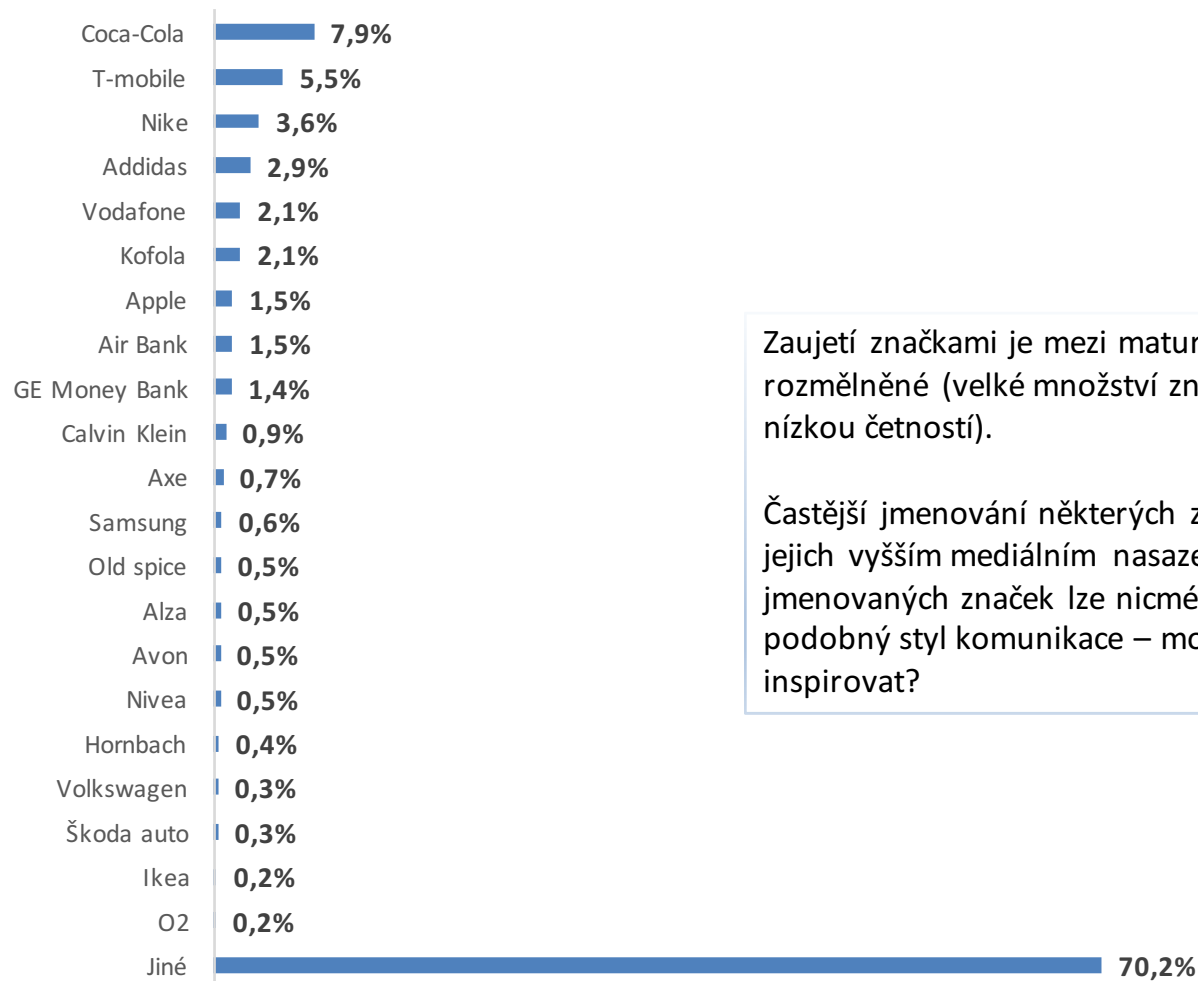
Čtenost novin - všechny jmenované, N=279, v % respondentů



KTERÁ ZNAČKA V REKLAMÁCH MATURANTY NEJVÍCE OSLOVUJE

Oslovila vás v poslední době nějaká reklama nebo reklamní kampaň? Na kterou značku reklama byla?

Oslovení reklamou - všechny jmenované, N=1280, v % respondentů



Zaujetí značkami je mezi maturanty poměrně rozmělněné (velké množství značek jmenovaných s nízkou četností).

Častější jmenování některých značek může být ovlivněno jejich vyšším mediálním nasazením. U nejčastěji jmenovaných značek lze nicméně pozorovat v něčem podobný styl komunikace – mohla by se vaše VŠ inspirovat?

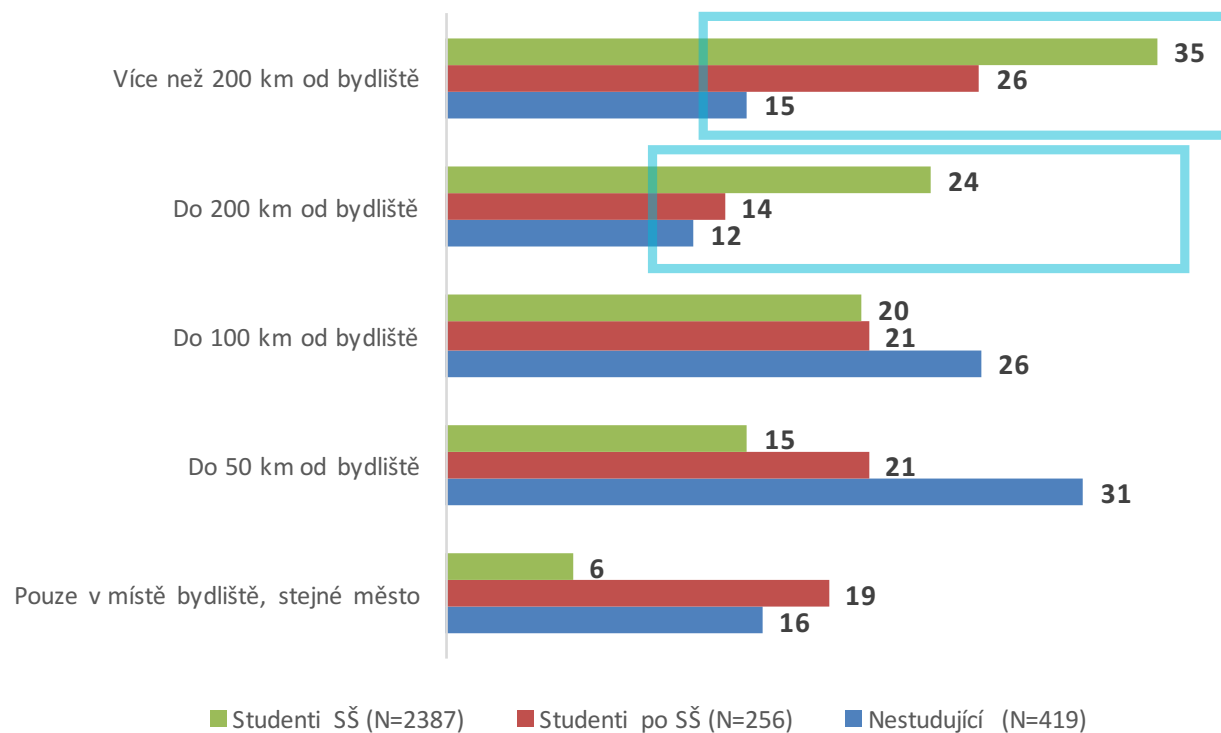
SEGMENTACE – ROZDÍLY MEZI SKUPINAMI RESPONDENTŮ

(studenti SŠ/studenti po SŠ/nestudující)

VZDÁLENOST VŠ

Jak daleko od vašeho bydliště může VŠ být, abyste o studiu na ní uvažoval(a)?

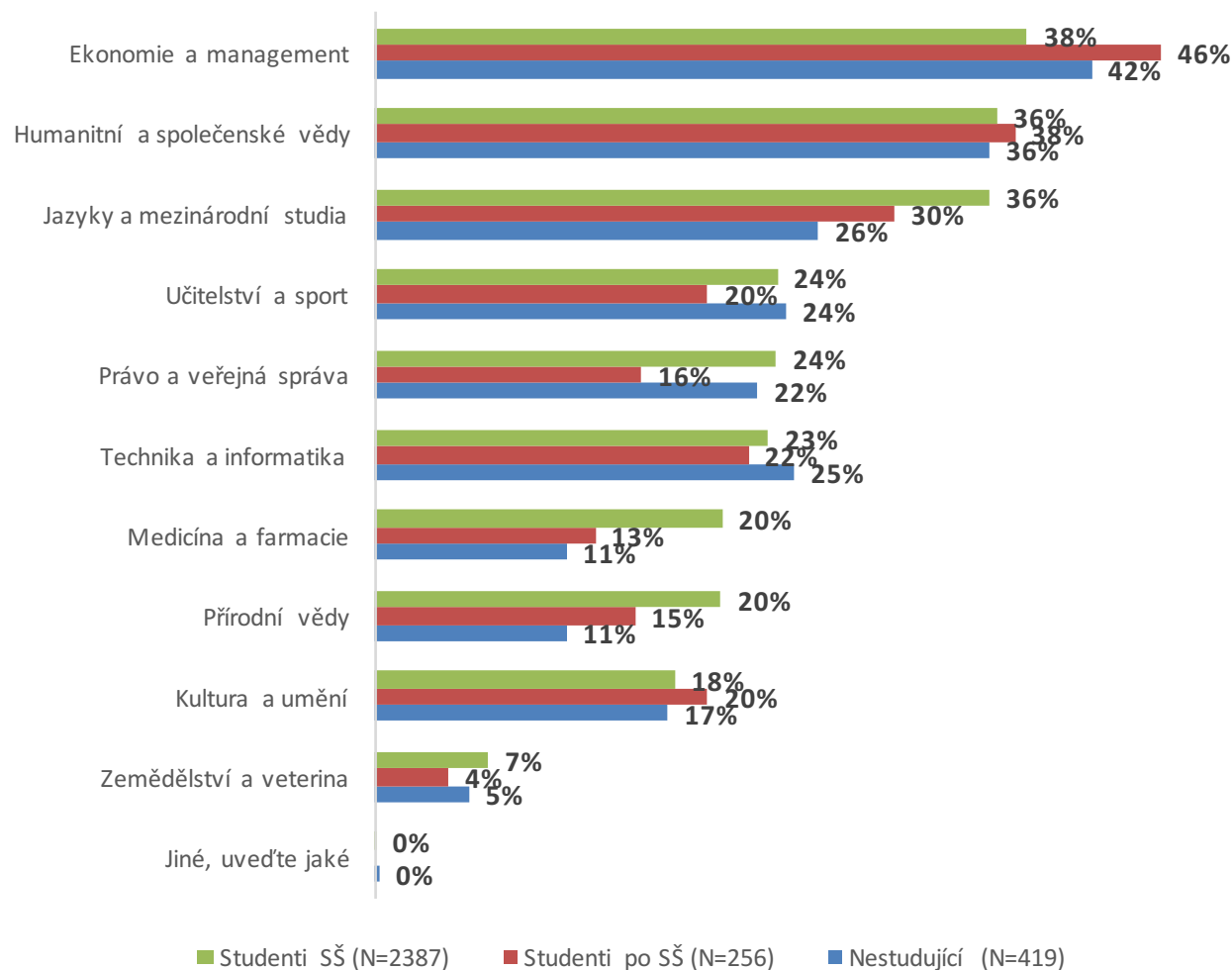
Ochota k cestování za VŠ (ti, kteří plánují studovat), v %



ODLIŠNÁ PREFERENCE OBORŮ

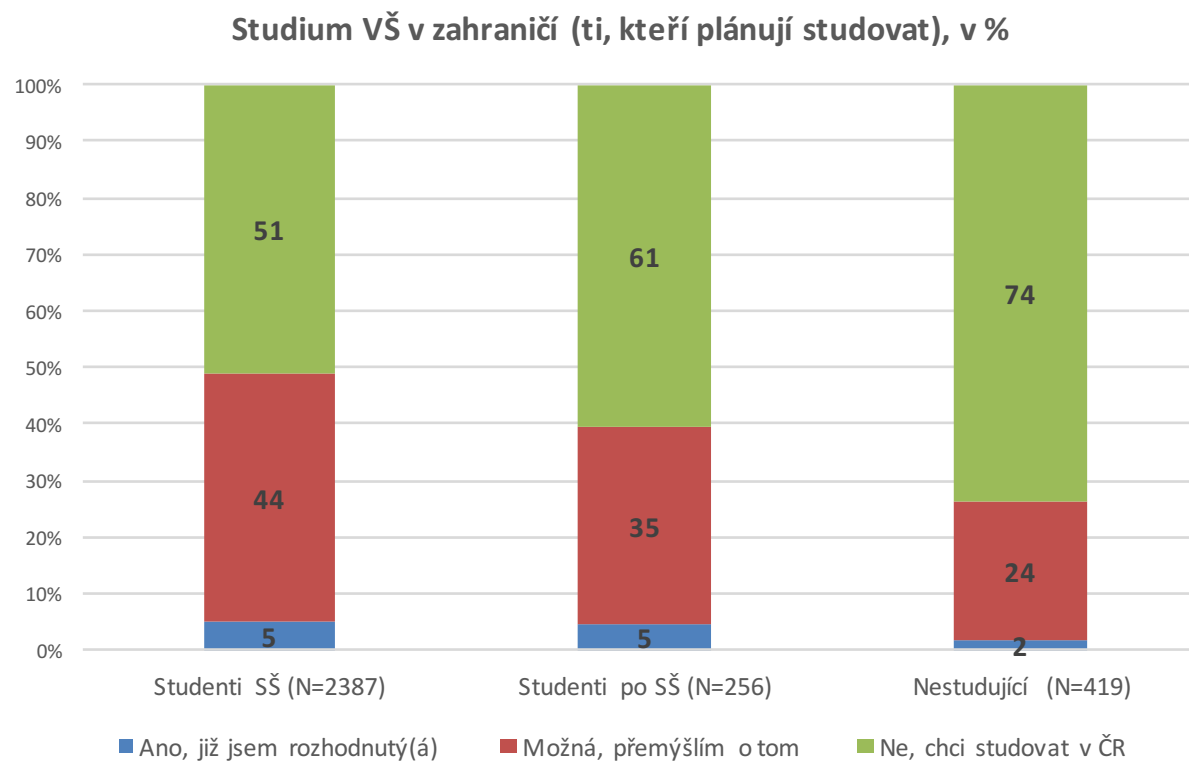
Které směry/obory vysokoškolského studia zvažujete? (možnost více odpovědí)

Zvažované obory studia (ti, kteří plánují studovat), v % respondentů



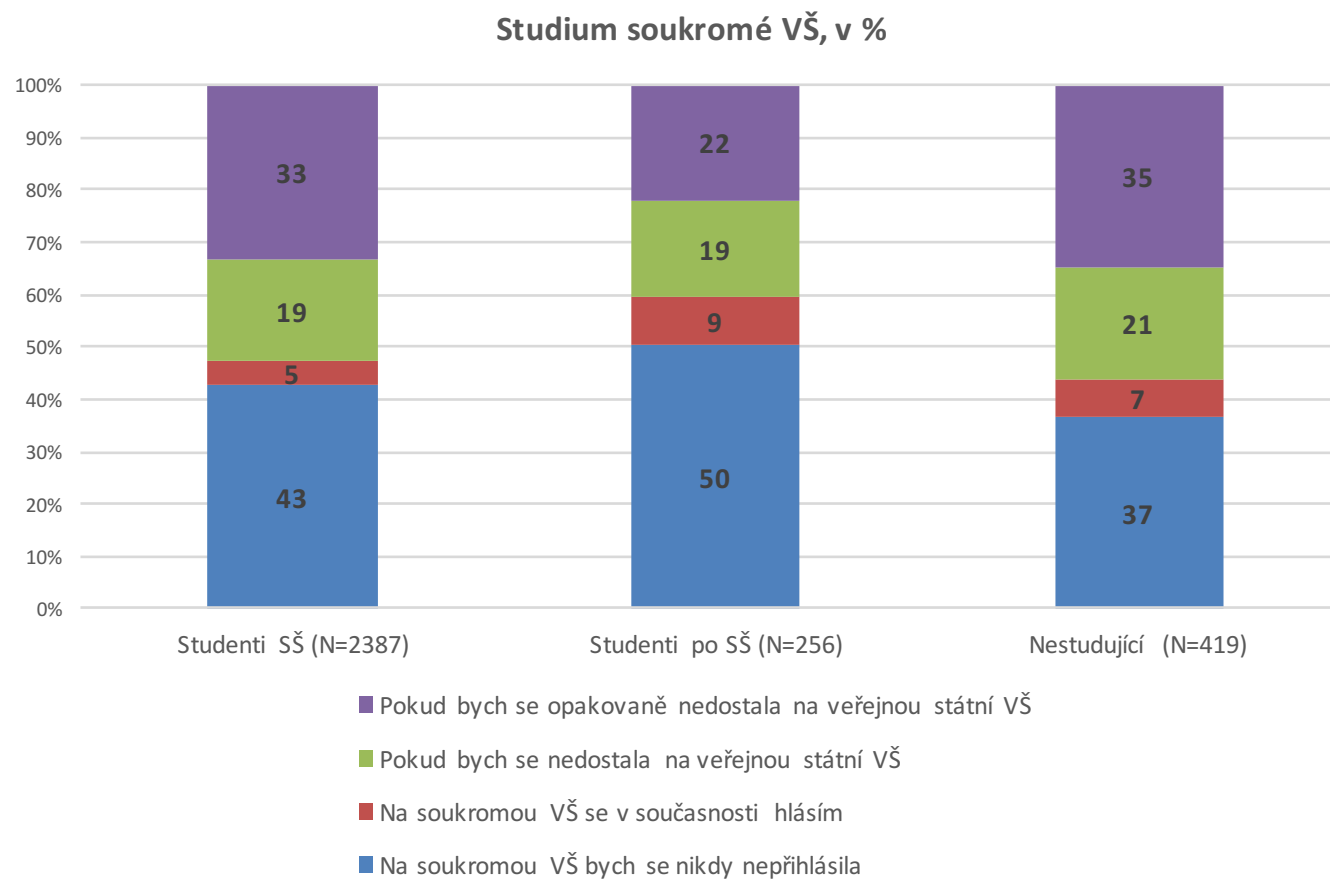
OTEVŘENOST STUDENTŮ SŠ KE STUDIU V ZAHRANIČÍ

Uvažujete o absolvování celého studia na VŠ v zahraničí?



ODLIŠNÁ OTEVŘENOST KE STUDIU SOUKROMÉ VŠ

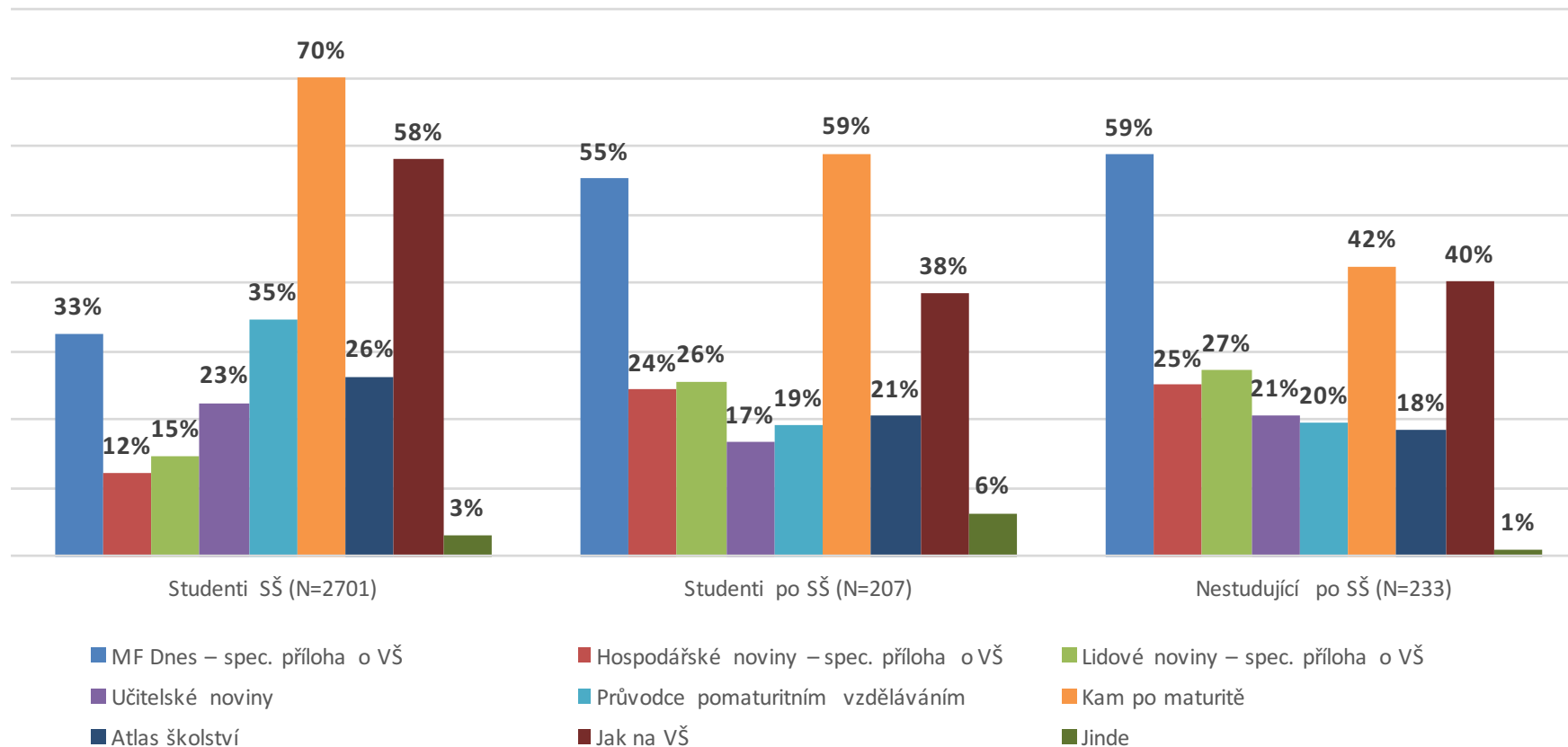
Za jakých okolností byste si vybral(a) studium na soukromé VŠ?



SPECIALIZOVANÉ TISKOVINY VS. DENNÍ TISK

Kde konkrétně v tisku jste informace (o VŠ) hledal(a)?

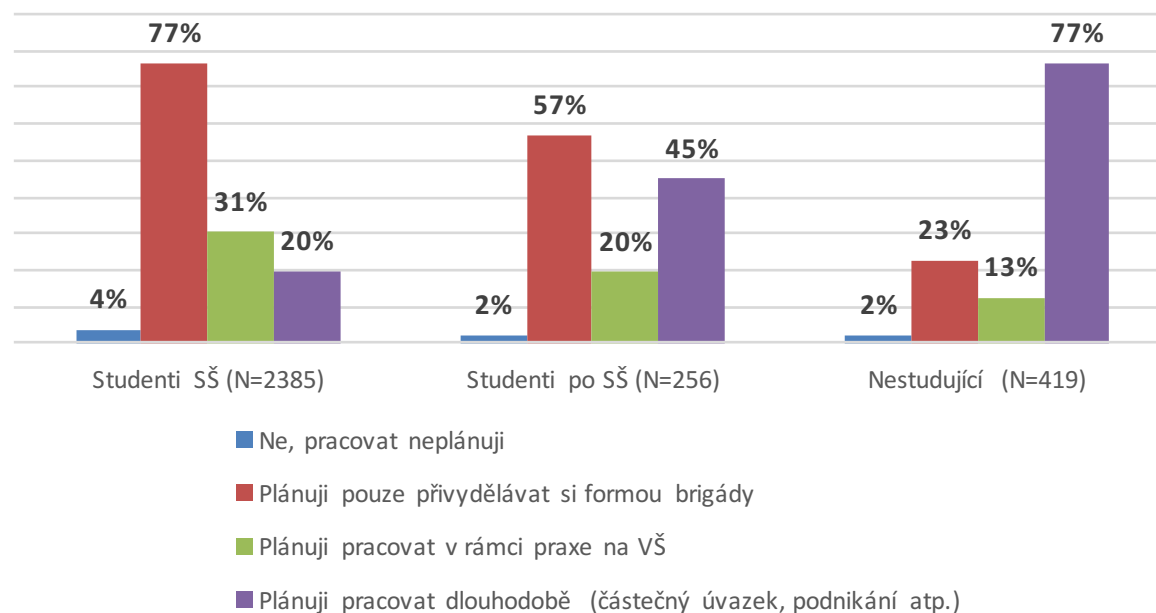
Využití tisku pro info o VŠ; ti, kteří hledali v tisku, v % respondentů



JINÝ PŘÍSTUP K PRÁCI PŘI STUDIU

Plánujete při studiu na VŠ pracovat?

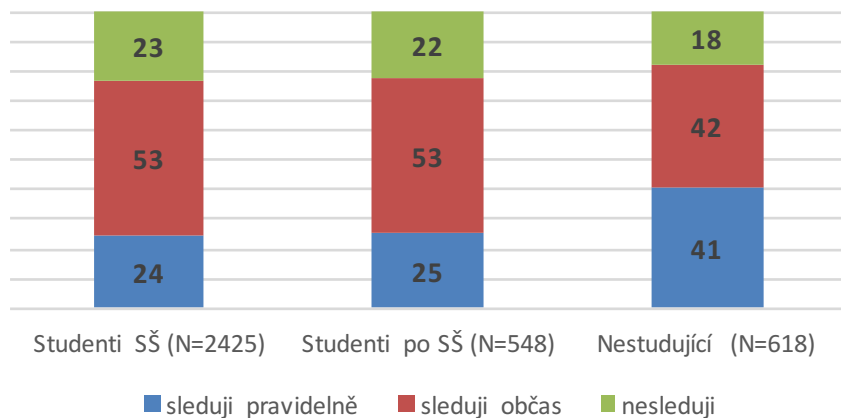
Plánovaná práce při studiu, v % respondentů



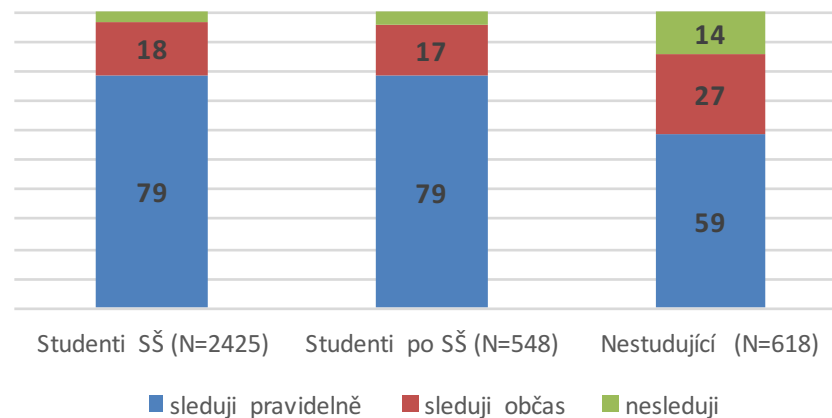
„GENERAČNÍ ROZDÍLY“ V KONZUMACI MÉDIÍ

*Jak často se ve volném čase věnujete následujícím činnostem?
Které z následujících médií pravidelně sledujete?*

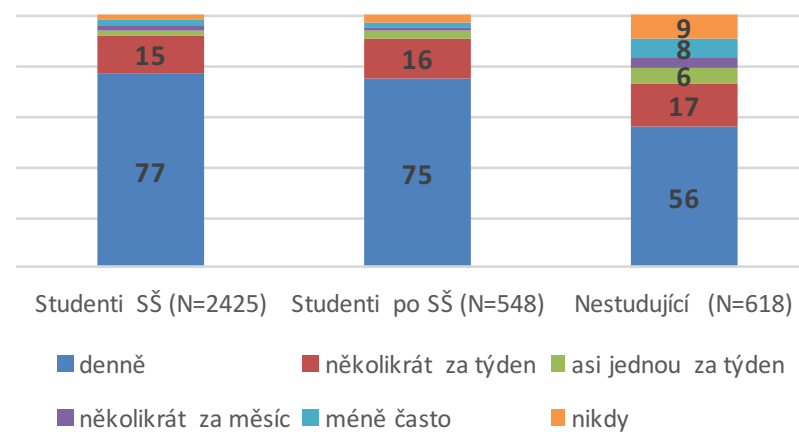
Rádio, v %



Sociální sítě, v %



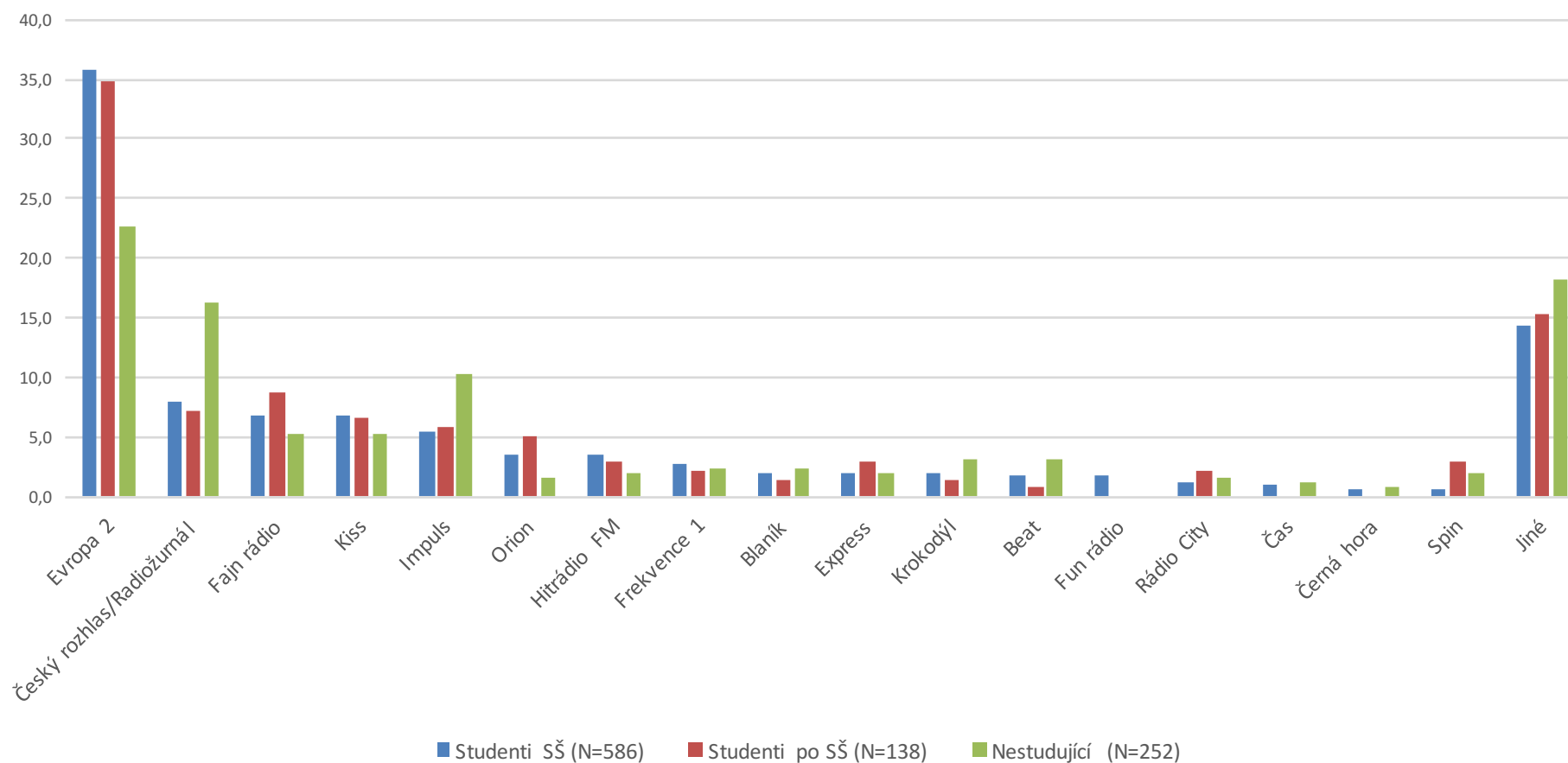
Frekvence sledování sociálních sítí, v %



ZÁBAVA VS. ZPRAVODAJSTVÍ/ŽURNALISTIKA

Rádio - pravidelně sleduji: Kterou stanici posloucháte?

TOM Rádio, v %

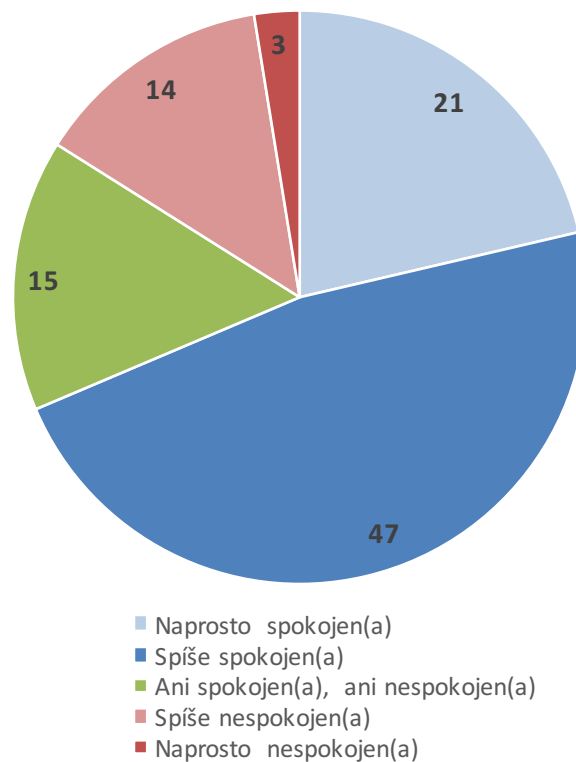


Stávající studenti VŠ

SPOKOJENOST STUDENTŮ VŠ SE STUDIEM

Do jaké míry jste spokojen(a) se studiem?

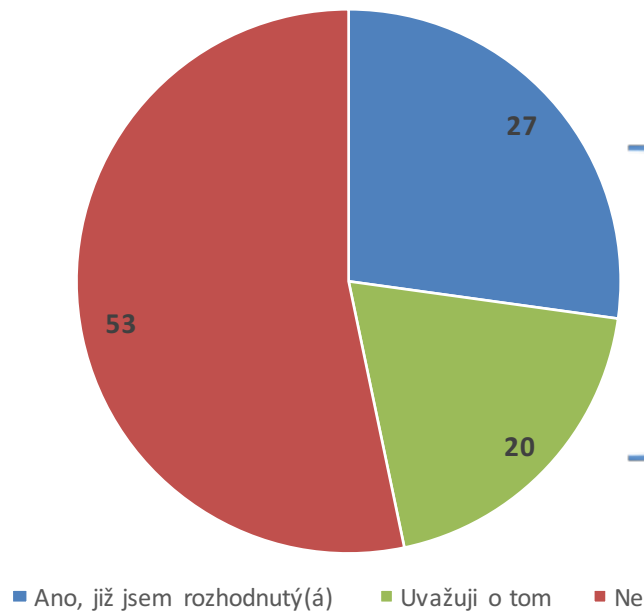
Spokojenost se studiem VŠ/VOŠ, N=548, v %



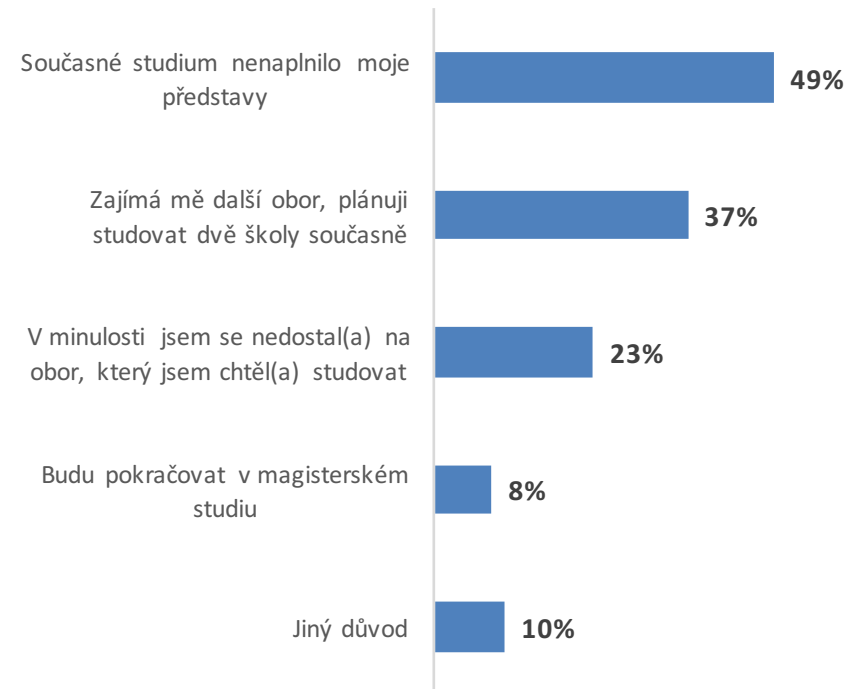
STUDENTI VŠ A ZMĚNA STUDIA

*Plánujete se letos hlásit na další, nebo jinou VŠ (obor)?
Z jakého důvodu uvažujete o studiu další VŠ? (možnost více odpovědí)*

Přihláška na další VŠ/obor, N=548, v %



Důvod přihlášky k dalšímu studiu, N=256, v % respondentů



Výstupy z výzkumu jsou určeny pouze subjektům, které si je zakoupily. Materiály jsou určeny pro interní potřebu subjektů a je zakázáno je veřejně publikovat a šířit bez souhlasu společnosti LMC s.r.o.

LMC s.r.o.

Lighthouse Towers
Jankovcova 1569/2c
170 00 Praha 7