

Analýza potřeb a spokojenosti klientů projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“

Alena Krajčová

Bakalářská práce
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Vyšší odborná škola ekonomická

akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Alena KRAJČOVÁ**

Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Marketing**

Téma práce: **Analýza potřeb a spokojenosti klientů projektu
"Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje"**

Zásady pro vypracování:

1. Prostudujte literaturu týkající se dané problematiky.
2. Popište projektovou činnost na Obchodní akademii Tomáše Bati a Vyšší odborné škole ekonomické Zlín.
3. Popište projekt "Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje".
4. Provedte dotazníkové šetření potřeb a spokojenosti klientů projektu.
5. Na základě výsledků šetření navrhněte možnosti dalšího zlepšení.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

[1] FORET, M., STÁVKOVÁ, J. Marketingový výzkum Jak poznat své zákazníky. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003. 160 s. ISBN 80-274-0385-8.

[2] KOZEL, R. a kol. Moderní marketingový výzkum. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.

[3] PŘIBOVÁ, Marie. Marketingový výzkum v praxi. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1996. 248 s. ISBN 80-7169-299-9.

[4] PŘICHYSTAL, A. Kuchařka pro žadatele z fondů EU aneb jak uvařit dobrý projekt. 1. vyd. Nymburk : VEGA-L, 2008. 153 s. ISBN 978-80-86757-94-0.

[5] SVĚTLÍK, J. Marketing – cesta k trhu. 1. vyd. Plzeň : Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeňek, 2005. 340 s. ISBN. 80-86898-48-2.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Hana Šedová, Ph.D.

Vyšší odborná škola ekonomická

Datum zadání bakalářské práce:

9. října 2009

Termín odevzdání bakalářské práce:

11. prosince 2009

Ve Zlíně dne 6. listopadu 2009


PaedDr. Josef Rydlo
zast. děkanka




doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.
zast. vedoucí katedry

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²⁾;
- podle § 60³⁾ odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně


.....

11. 12. 2009

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací;

(1) Vysoká škola nevýdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá hodnocením spokojenosti zájemců a pak i klientů o projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“, který je realizovaný na Obchodní akademii Tomáše Bati a Vyšší odborné škole ekonomické Zlín pod registračním číslem CZ.1.07/1.3.09/01.0018. v období 1.2.2009 – 31.12.2009.

V teoretické části jsou zpracovány poznatky z odborné literatury a internetu, které se týkají marketingového průzkumu, hodnocení spokojenosti a projektové činnosti. V praktické části práce je vyhodnocení provedených analýz spokojenosti. Jedna z kapitol charakterizuje Obchodní akademii a Vyšší odbornou školu ekonomickou Zlín a její projektovou činnost. Praktická část popisuje projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ a jeho realizaci.

Výsledkem práce je zhodnocení výsledků analýz, jejich závěry a doporučení. Tato doporučení budou využita pro další pokračování projektu a pro projektovou činnost na Obchodní akademii Tomáše Bati a Vyšší odborné škole ekonomické Zlín.

Klíčová slova: projekt, vzdělávání, marketingový výzkum, dotazníkové šetření, publicita, Evropský sociální fond, Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost.

ABSTRACT

The Bachelor thesis deals with evaluation of satisfaction of applicants and then clients of project „Finance literacy in Zlin’s region schools“, which is realized at The Thomas Baťa Business Academy and the Higher Professional School of Business in Zlín in the period 1. 2. 2009 - 31. 12. 2010 under the registration number CZ.1.07/1.3.09/01.0018.

In the theoretical part, there is processing of knowledge from specialized literature and the internet, which relates to marketing research, the evaluation of satisfaction and project activity. In the practical part, there is evaluation of realized analysis of satisfaction. One of the chapters characterizes Thomas Baťa Business Academy and Higher Professional School of Business and its project activities. Analytical part describes the project „Finance literacy in Zlin’s region schools“ and its realization.

The result of this Bachelor thesis is the evaluation of the results of the analysis, their outputs and recommendations. These recommendations will be used for the continuation of the project and for the next project activity at Thomas Baťa Business Academy and the Higher Professional School of Business.

Keywords: project, education, marketing research, questionnaire, publicity, European Social Fund, Operational Programme Education for Competitiveness.

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. Haně Šedové, Ph.D. za pomoc při vypracování bakalářské práce, za cenné rady a připomínky k práci a za všechny nové zkušenosti, které jsem během praxe pod jejím vedením získala.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 ORGANIZACE PROJEKTOVÉ ČINNOSTI	13
1.1 PŘÍPRAVNÁ FÁZE A NÁVRH PROJEKTU	13
1.2 ŽÁDOST A HODNOCENÍ PROJEKTU	17
1.3 DOBA REALIZACE PROJEKTU	19
1.4 PRŮBĚH PROJEKTU	20
1.5 STRUKTURÁLNÍ FONDY EVROPSKÉ UNIE.....	24
1.5.1 Finanční toky ze strukturálních fondů	25
1.5.2 Tematické operační programy	27
2 SWOT ANALÝZA	31
3 MARKETINGOVÝ VÝZKUM	34
3.1 ETAPY MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU	35
3.2 ZÁKLADNÍ METODY MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU.....	37
3.3 VÝZKUM SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKA/KLIENTA	39
3.4 VYUŽITÍ MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU	40
3.5 ETICKÝ KODEX.....	41
4 TVORBA DOTAZNÍKU	44
4.1 ÚPRAVA A OBECNÉ ZÁSADY TVORBY DOTAZNÍKU.....	45
4.2 OTÁZKY A ŠKÁLY.....	46
4.3 TECHNIKY ŠETŘENÍ	51
4.4 ZPRACOVÁNÍ, ANALÝZA ÚDAJŮ A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ	53
II ANALYTICKÁ ČÁST	55
5 CO JE TO VZDĚLÁVÁNÍ	56
6 BCHOVNÍ AKADEMIE TOMÁŠE BATI A VYŠŠÍ ŠKOLA EKONOMICKÁ ZLÍN – ŠKOLA ZABEZPEČUJÍCÍ PROJEKTOVOU ČINNOST	59
6.1 TŘI ŠKOLY POD JEDNOU STŘECHOU	62
6.2 PROJEKTOVÁ ČINNOST ŠKOLY	65
7 PROJEKT „FINANČNÍ GRAMOTNOST VE ŠKOLÁCH ZLÍNSKÉHO KRAJE“	71
7.1 ESF	72
7.2 OPVK	74
7.3 PŘÍPRAVA A ŽÁDOST	76
7.4 REALIZACE	79
7.5 PUBLICITA A PROPAGACE	84
7.6 MONITORING	89
8 SWOT ANALÝZA PROJEKTU „FINANČNÍ GRAMOTNOST VE ŠKOLÁCH ZLÍNSKÉHO KRAJE“	90
9 TVORBA DATABÁZE	92

10 ANALÝZY POTŘEB A SPOKOJENOSTI KLIENTŮ.....	93
10.1 ÚVODNÍ VÝZKUMNÁ SONDA	93
10.2 ANALÝZA MODULU 1 – PENÍZE	104
10.3 ANALÝZA MODULU 2 – SPOTŘEBITEL A JEHO CHOVÁNÍ V OBLASTI FINANČÍ.....	118
10.4 POROVNÁNÍ MODULŮ 1,2.....	131
ZÁVĚR	134
RESUMÉ	136
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	137
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	142
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	144
SEZNAM TABULEK	145
SEZNAM GRAFŮ.....	146
SEZNAM PŘÍLOH	148

ÚVOD

Vzdělávání provází člověka po celý jeho život. Informace získané během studia velmi ovlivňují naše rozhodování, postoje, názory i myšlení. Z toho důvodu je potřebné, abychom tyto informace získávali od kvalifikovaných pedagogů. Rozšiřování jejich vědomostí není pouze přínosem pro ně samotné, ale hlavně pro ty, kterým je předávají. Obzvláště důležité je to v oblasti, kde se informace neustále mění a vyvíjejí. Například u problematiky finanční gramotnosti. Proto je nezbytné v regionech vytvářet dostatek dostupných příležitostí k sebevzdělávání a to nejen pro pedagogické pracovníky. Díky rostoucí nezaměstnanosti je sebevzdělávání stále důležitější v získání a udržení pracovních míst. I to je jeden z důvodů, který zvyšuje zájem o rozšiřování vědomostí. Prioritou každého státu by mělo být vzdělané obyvatelstvo. Česká republika by tedy měla vytvářet podmínky ke zvýšení vzdělanosti obyvatelstva. Jednou z možností je vyzývat k vytváření projektů, na kterých se finančně velkou mírou podílí Evropská unie. Protože je Česká republika jejím členem, měli bychom těchto možností umět využívat.

Tato bakalářská práce se bude zabývat jedním z těchto projektů. Jedná se o projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“, který je v současné době právě realizovaný na Obchodní akademii Tomáše Bati a Vyšší škole ekonomické Zlín. Projekt je financován z Evropského sociálního fondu a rozpočtu české republiky v rámci Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost. Je zaměřen na vzdělávání pedagogů a pedagogických pracovníků ve školách v oblasti financí. Práce bude popisovat náročnou projektovou činnost, která je různorodá a kreativní. Její důležitou součástí je analýza spokojenosti klientů s organizací jednotlivých částí projektu.

Teoretická část popisuje obecně projektovou činnost od přípravné fáze až po ukončení projektu. Dále se zabývá marketingovým výzkumem a tvorbou dotazníků. V praktické části práce je charakterizována Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín a její projektová činnost. Součástí práce je SWOT analýza projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“. Dále je popisovaná jeho realizace, Evropský sociální fond a Operační program pro konkurenceschopnost. Také rozebírá vyhodnocení jednotlivých analýz spokojenosti klientů projektu z jednotlivých výstupů.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 ORGANIZACE PROJEKTOVÉ ČINNOSTI

Slovo projekt pochází z latinského slova pro-jicio, pro-iectum což znamená návrh, rozvrh. Projekt tedy je zpracovaný záměr, rozvrh nebo plán nějaké budoucí činnosti nebo jejího výsledku. Časově ohraničené úsilí, směřující k vytvoření unikátního produktu nebo služby. Slovo projekt se nejprve užívalo ve stavebnictví, kde bylo třeba plánovat a koordinovat množství různých činností mnoha lidí. V managementu je projekt „časově ohraničené úsilí, směřující k vytvoření unikátního produktu nebo služby“. V této obecně přijímané definici jsou klíčové zejména omezení projektu v čase a jedinečnost jeho výstupů. Právě tyto charakteristiky ho odlišují od procesu. Projektem tedy, alespoň v pravém smyslu toho slova, není činnost, u které není jasně definován její konec, a to jak z pohledu času (kdy činnosti skončí), tak z pohledu výstupu (čeho bude činností dosaženo). V širším smyslu se slovo projekt užívá pro jakékoli záměry s určitým jedinečným a novým cílem, jako jsou grantové projekty. [1]

Pro realizaci těchto prostředků můžeme využít finančních prostředků z fondů Evropské unie. Grantový projekt je menšího rozsahu a je realizován na území příslušného kraje. Individuální projekty dělíme na národní a ostatní. Národní pokrývají oblast celé České republiky a jsou zaměřeny především na realizaci nebo doplnění národní politiky a programu. Ostatní individuální projekty jsou zaměřeny na rozvoj národních politik a programů, na jejich modernizaci nebo pokrývají specifickou oblast, která má nadregionální, případně regionální charakter.[2]

1.1 Přípravná fáze a návrh projektu

Ve vlastním zájmu každého zájemce o financování projektu je pečlivě si prostudovat příručku pro žadatele. V ní lze nalézt všechny podmínky programu a detailní metodiku, podle níž se doporučuje při podávání návrhu projektu postupovat. [3] Základem procesu plánování projektu je popis některých důležitých aspektů, které je třeba při navrhování projektu zohlednit. Jedním z možných postupů při tvorbě projektu je definování základních myšlenek formou jednoduché, přehledné tabulky, z níž jasně vyplývá, čeho má být daným projektem dosaženo a jaký bude mít projekt přínos a jaký bude postup jeho realizace (tzv. projektový záměr). [4]

Při definování projektového záměru je nutné uvést název projektu a jméno žadatele. Dále je dobré postupovat od stanovení problému a vytyčení cílů, kterých má být dosaženo. Následným krokem je pak specifikace aktivit vedoucích k dosažení stanovených cílů. Aktivity musí být časově vymezené a uspořádané do logických celků. Po těchto krocích se stanoví, jakých lidských zdrojů bude na realizaci aktivit zapotřebí a jaké finanční prostředky je nutné alokovat k dosažení cílů projektu. Projektový záměr musí vycházet z analýzy potřeb cílové skupiny a tyto konkrétní potřeby řešit. Projekt je pak dále zpracován ve formě webové žádosti v aplikaci Benefit7 [4] nebo v systému eACCOUNT případně v aplikaci BENE – FILL. [5]

Popis projektu a jeho zdůvodnění

Popisem výchozího stavu rozumíme počáteční stav v oblasti, ve které se má projekt angažovat. Pro jeho kvalitní popis je většinou třeba vypracovat analýzu nebo studii, která by identifikovala nějaký problém či nedostatek, potřebu nebo zájem, pro jehož řešení či naplnění by byl příhodný projektový přístup. Vhodné je k tomu využít např. situační analýzy nebo SWOT analýzy. Daný projekt musí vycházet z identifikovatelných potřeb cílových skupin a zároveň musí odpovídat zaměření příslušného fondu jako celku, programovým dokumentům, danému regionálnímu/sectorovému operačnímu plánu, jejich globálním a specifickým cílům a eventuálně také výzvě k podání žádostí. [3]

Při sestavování návrhu projektu bychom měli pojmenovat všechny podstatné kroky, které nás dovedou ke splnění vytyčených cílů. Tyto kroky mají nejčastěji podobu několika na sebe navazujících aktivit, jež jsou označovány jako projektové aktivity. Měly by být jednoznačně a reálně naplánovány a z jejich popisu musí být zřejmé, že na sebe úzce navazují, navzájem se nevyklučují a jsou časově zvládnutelné. Dále je potřeba podrobně popsat metody realizace uvedených klíčových aktivit a výběr těchto metod řádně zdůvodnit. Ke každé aktivitě předkládáme celkové náklady. Abychom mohli projekt úspěšně realizovat, je zapotřebí jej rozdělit na jednotlivé, dílčí aktivity, které jsou přesně definovány z hlediska času, finančního i personálního zajištění. Definované aktivity nám zároveň vytvářejí logické, uzavřené celky. [3]

Harmonogram projektu tvoří nedílnou součást každé projektové žádosti a je považován za efektivní nástroj pro organizaci, řízení a kontrolu realizace projektu. Z harmonogramu by mělo být patrné, kdy jednotlivé kroky činnosti začínají a končí, které činnosti na sebe navazují a kde se vzájemně překrývají. Harmonogram sestává z jednotlivých aktivit, které jsou charakterizovány jejich věcnou podstatou, termínem zahájení, ukončení a dobu trvání, finančními náklady či výnosy, požadavky na lidské zdroje a návazností na ostatní aktivity. Harmonogram by měl být vytvořen kromě popisné formy i v grafickém zpracování, které umožňuje přehlednou orientaci. [3]

Lokalizací projektu se rozumí místo fyzické realizace projektu. Dalším z důležitých pojmů je území dopadu. Takto se označuje region, který bude mít z realizace projektu prospěch. Projekty mohou být navrhovány jako regionální nebo jako neregionální. [3]

Realizátor projektu může, ale nemusí být konečný příjemce pomoci. V projektové činnosti se můžeme setkat s termínem partnerství – je to vztah mezi dvěma nebo více subjekty, a to jak soukromými, tak veřejnými. Partnerství spočívá ve spolupráci těchto subjektů při přípravě a následné realizaci projektu. [3]

Analýza poptávky, konkurence a marketingové nástroje

Definování cílových skupin je klíčovým předpokladem pro získání podpory ze strukturálních fondů EU. Cílovou skupinou rozumíme určitou skupinu lidí, kterou projekt ovlivní v pozitivním slova smyslu a bude s ní a pro ni pracovat. Projekt cílové skupině napomůže k vyřešení jejich problémů a zlepší jejich postavení ve společnosti. Uvést musíme rovněž velikost cílové skupiny. V průběhu projektu je nutné vést o cílových skupinách podrobné záznamy. Smyslem jakéhokoli dotačního či grantového programu je „vyvolat aktivitu k řešení okruhu problémů, které vyhlašovatel programu považuje za důležité a které neumí či nechce řešit sám“. Žadatel musí svůj projekt zdůvodnit a dokázat, že je pro společnost vhodný, potřebný či dokonce nepostradatelný. Musí být oslovení zástupci daných cílových skupin a zjištěny jejich zájmy a preference. Důležitá je i analýza konkurence, která umožní posoudit nasycenost trhu v dané oblasti a najít mezery v nabídce. [3]

Aplikace marketingových nástrojů nám pomůže odpovědět na otázky typu: pro koho je projekt určen, v jakém rozsahu a po jakou dobu bude o tento projekt zájem nebo jak zajistit informovanost o existenci projektu. [3]

Personální zajištění

Řízení lidských zdrojů je nejdůležitější částí projektového managementu, neboť to jsou právě lidé, kdo naplňují cíle projektu. Má-li být projekt úspěšný, je potřeba sestavit kvalitní a zodpovědný realizační tým, jehož velikost a organizační struktura závisí na rozsahu projektu. Nejčastěji je projektový tým tvořen: projektovým manažerem, asistentem projektového manažera, příslušným počtem vedoucích týmů a administrátorem. Při vyplňování žádosti musíme uvést počet osob, které budou přímo zapojeny jako členové projektového týmu, popsat jejich konkrétní roli a úvazek. Do návrhu projektu musíme uvést naše zkušenosti s realizací obdobných projektů. Pokud dosud žádné zkušenosti nemáme, musíme dát zcela přesvědčivě najevo, že projekt budeme schopni úspěšně uskutečnit i bez předchozích zkušeností. Příjemce dotace se také může rozhodnout, že veškerý management projektu předá externí odborné firmě. [3]

Materiální, technické a administrativní zajištění

Je nutné odpovídajícím způsobem vyvážit náklady na lidské zdroje a náklady na materiální vybavení projektu. Poměr nákladů by se měl pohybovat přibližně mezi 60-80% nákladů na personální zabezpečení a 20-40% nákladů na materiální vybavení. Pro projekt musíme vytvořit odpovídající technické zázemí. [3]

Rozpočet projektu

Rozpočet popisuje strukturu financování projektu v jednotlivých fázích realizace a jako takový je stěžejní součástí projektu. Je velmi důležité znát rozdíl mezi tzv. způsobilými a nezpůsobilými výdaji. Způsobilými náklady jsou myšleny ty náklady, které je možné hradit z veřejných prostředků. V praxi se budeme nejčastěji setkávat s projekty financovanými prostřednictvím Evropského sociálního fondu a Evropského fondu pro regionální rozvoj. Jedním ze způsobů, jak vypracovat rozpočet, je pečlivě se zamyslet nad každou aktivitou projektu a pro každou zvlášť nalézt odpovědi na otázky: kolik osob bude

k této aktivitě potřeba, jak dlouho budou muset pracovat, bude se muset cestovat, jaké materiální vybavení bude nutné zajistit a zda vyžaduje daná aktivita nákup nějakých služeb. Žadatel si musí zajistit jistou část finančních prostředků z vlastních soukromých zdrojů. Tam, kde to situace žadatele neumožňuje, tuto roli přebírá stát či samosprávné celky. Do roku 2010 mohla Česká republika finanční prostředky alokované pro jednotlivé roky využívat k realizaci až po dobu tří let. Po tomto roce bude i na Česko uplatňováno pravidlo, které zkracuje tuto dobu na dva roky. Náklady projektu rozepsané na jednotlivé kalendářní roky představují finanční plán čerpání prostředků v rámci jednotlivých položek rozpočtu. Pro znázornění je vhodná forma přehledné tabulky. [3]

Rizika projektu

Řízení rizik je klíčem k efektivní realizaci projektu. Rizika projektu musí být systematicky analyzována a řízena. Úvodní analýzu rizik je vhodné provést již v počáteční fázi projektové přípravy. Po vytvoření seznamu rizik je nutné vyhodnotit míru jejich závažnosti a u závažnějších z nich navrhnout způsoby, jak jim budeme předcházet. [3]

1.2 Žádost a hodnocení projektu

Projektové žádosti se podávají na základě tzv. výzev. Výzvy jsou uveřejňovány v různých intervalech. Mají podněcovat žadatele k předložení projektových návrhů za účelem jejich posouzení z hlediska jejich přispění k naplnění cílů jednotlivých operačních programů. Vyhlášení výzev probíhá v tisku, na webových stránkách řídicího orgánu i na jiných webových stránkách. Výzva k předložení žádosti obsahuje číslo výzvy, název programu, priority a příslušné oblasti podpory, místo pro předložení projektové žádosti, den, datum a hodinu, do kdy nejpozději musí být projektové žádost předložena, odkaz, kde lze najít podrobnější informace, a také výčet přípustných typů žadatelů. [3]

Jako projektovou žádost označujeme formulář, který žadatel o finanční podporu vyplní a ve stanoveném termínu předloží zprostředkujícímu subjektu. Formulář projektové žádosti obsahuje údaje o žadateli, informace o projektu, náklady projektu, informace o financování, harmonogram realizace projektu. Žádost je potřeba vyplnit řádně, úplně a pravdivě. Musí být vyplněna v českém jazyce, podepsána oprávněnou osobou a doplněna

požadovanými přílohami. U některých operačních programů je nutné mimo elektronické verze podat i tištěnou verzi žádosti. Poté, co je žádost správně a kompletně vyplněna, několikrát zkontrolovaná a vytisknutá, musí se v levém horním rohu sešít a přelepit páskou. Tuto pásku označíme podpisem, popř. razítkem. [3] Na obálku ve které je poslána žádost je nutné uvést všechny předepsané údaje.

Nedílnou součástí projektové žádosti jsou přílohy. Například čestná prohlášení žadatele, doklad o právní subjektivitě žadatele, podklady pro posouzení finančního zdraví žadatele, podklady pro ekonomické hodnocení projektu, smlouva o vedení účtu a další. K žádosti je potřeba přiložit seznam příloh s počtem stran. [3]

Hodnocení žádosti

Výběr projektů probíhá dle zásady transparentnosti, rovného zacházení a nediskriminace. Žádosti kontrolují a hodnotí poskytovatel dotace s možnou asistencí externích hodnotitelů. Aby byl zajištěn jednotný přístup k evaluacím, hodnotí se všechny projekty formou bodování na základě předem stanovených otázek. Projekty jsou hodnoceny ve třech etapách: [3]

1. posouzení formálních náležitostí (administrativní soulad) – je zkoumáno například, jestli byla dodána žádost v elektronické i tištěné podobě, zda jsou shodné dle kontrolního znaku, jsou-li vyplněny všechny předepsané údaje a dodány všechny povinné přílohy a nechybí-li žádný z předepsaných podpisů na žádosti
2. posouzení přijatelnosti (kritéria přijatelnosti) – v této části hodnocení je zkoumáno, jestli se žádost vztahuje pouze na jedno opatření vyhlášeného programu, jestli žadatel splňuje definici pro konečného uživatele, je-li projekt v souladu s příslušnou legislativou ČR a EU, zda projekt svým zaměřením odpovídá cílům a aktivitám příslušného opatření a vede k naplňování zamýšlených výstupů a výsledků
3. věcné hodnocení projektu – toto hodnocení probíhá na základě kritérií schválených monitorovacím výborem operačního programu. Za účelem výběru nejkvalitnějšího projektu je systém hodnocení založen na principu soutěže mezi předloženými projekty. Hodnocení je realizováno pomocí bodování. Výběrová komise při selekci

projektů vychází z výše dosaženého bodového hodnocení a její rozhodnutí je konečné. [3]

Uzavření smlouvy

Úspěšní žadatelé obdrží dopis, v němž je jim tato skutečnost sdělena. Vyrozumění musí obsahovat informaci, že byla žádost schválena, výši finanční podpory, upozornění na potřebu založení samostatného účtu projektu a seznam podkladů nutných pro vydání Rozhodnutí o poskytnutí podpory. Okamžikem podpisu smlouvy začíná realizace projektu. [3]

1.3 Doba realizace projektu

Za zahájení realizace projektu je považováno datum zahájení realizace projektu uvedené ve Smlouvě o realizaci projektu, nejdříve však datum podpisu Smlouvy o realizaci projektu. K příslušnému dni zahájení realizace projektu vznikají u projektů způsobilé výdaje. K tomuto dni mohou být zahájeny činnosti související s realizací aktivit projektu. [4]

Příjemce je povinen ukončit realizaci projektu nejpozději ke dni uvedenému v právním aktu o poskytnutí podpory jako den ukončení projektu. Změna data ukončení projektu na pozdější je podstatnou změnou projektu a je možná pouze v řádně zdůvodněných případech po schválení této změny poskytovatelem. Předčasné ukončení realizace projektu zpravidla souvisí s neplněním podmínek právních aktů a se sankcemi, které poskytovatel podpory uplatní vůči příjemci. Příjemce i poskytovatel podpory jsou oprávněni předčasně ukončit práce na projektu a jeho financování, avšak pouze ze závažných důvodů. [4]

Příjemce může ve výjimečných případech a pouze ze závažných důvodů podat návrh na předčasné ukončení realizace projektu, a to písemně k rukám poskytovatele podpory formou návrhu změny právního aktu. Součástí návrhu na ukončení projektu musí být podrobné zdůvodnění a stanovení lhůty na uzavření aktivit projektu. Příjemci budou v případě akceptace návrhu a po uzavření příslušného dodatku proplaceny finanční prostředky za tu část projektu, která již byla provedena. [4]

V případě, že nedojde k nápravě zjištěných nedostatků ve stanovené lhůtě, může poskytovatel podpory vypovědět právní akt o poskytnutí podpory s dvouměsíční výpovědní lhůtou na ukončení aktivit projektu. Prostředky nevyužité ve prospěch projektu do jeho ukončení musejí být do 20 pracovních dnů po ukončení projektu vráceny příjemcem na účet poskytovatele.

Poskytovatel podpory může v krajním případě odstoupit od právního aktu okamžitě, bez poskytnutí dodatečné lhůty ke zjednání nápravy, jestliže příjemce dotace bezdůvodně, dlouhodobě a opakovaně neplní některou ze svých povinností, příjemce je v úpadku nebo v likvidaci, kontrola zjistí, že se příjemce dopustil finančních podvodů nebo pokud projekt již nesplňuje podmínky, za nichž byla finanční podpora přidělena. V takových případech je příjemce povinen vrátit poskytnutou finanční podporu ve výši všech doposud proplacených prostředků. [4]

Řídící orgán doporučuje, aby všechny projekty byly ukončeny nejpozději do 30. 6. 2015 z důvodu zajištění dostatečného a potřebného času na přípravu závěrečné zprávy a přípravě dokumentace k uzavření celého programového období. [4]

1.4 Průběh projektu

Projektové aktivity a zpětná vazba

Za projektové aktivity označujeme všechny podstatné kroky, které povedou ke splnění vytyčených cílů našeho projektu. Tyto aktivity se musí pečlivě promyslet a naplánovat. Každá projektová aktivita má své číslo, název a vymezené období realizace. Jednotlivé klíčové aktivity realizujeme pomocí metod, které jsme popsali a zdůvodnili již v projektové žádosti. Je potřeba pečlivě sledovat průběh uskutečněných aktivit v rámci realizace.

Zpětná vazba je velice důležitá, protože nám pomáhá určit, jak danou činnost vykonáváme a jaký ohlas u cílové skupiny má. Také usnadňuje komunikaci a umožňuje blíže poznat potřeby a požadavky druhé strany. Zpětná vazba může být negativní nebo pozitivní a vyskytuje se ve formě kritiky, pochvalného názoru, podnětů, připomínek, doporučení apod. Je možné vést cílené rozhovory s příslušníky cílových skupin, vypracovat dotazníky,

ankety atd. Po vlastní realizaci přichází na řadu důležité zhodnocení výsledků dané projektové aktivity. [3]

Publicita a propagační aktivity

Poskytnutí podpory pro realizaci projektu financovaného z prostředků ESF a státního rozpočtu České republiky musí být dostatečně zviditelněno a propagováno. V rámci informačních a propagačních aktivit je realizátor projektu povinen informovat o finanční spoluúčasti EU a ESF na daném projektu. To se děje prostřednictvím umístění loga Evropské unie a ESF na informačních, školicích a propagačních materiálech a předmětech, umístěním odkazu na internetové stránky, umístěním vlajky EU v místnostech, kde se konají konference, výstavy, veletrhy a semináře, a další formou dle požadavků Nařízení EK č. 1828/2006. Účast EU a ČR na financování projektu musí být na informačních a propagačních materiálech vyjádřena následujícím sdělením: „Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.“ nebo „Tento projekt je spolufinancován Evropským fondem regionálního rozvoje a státním rozpočtem České republiky.“ [4] K propagaci projektu jsou doporučovány následující prostředky: internet, informační materiály, tiskové zprávy, letáky, tiskové konference, plakáty, články a inzeráty, propagační předměty s logy, publikace, propagační tabule a pamětní desky. [5]

Monitorování

Monitorování je nedílnou součástí projektového cyklu a řízení projektů spolufinancovaných ze strukturálních fondů. Cílem monitoringu je průběžné zjištění pokroku v realizaci projektu a porovnání získaných informací s původním plánem. Monitoring kontroluje, zda jsou finanční prostředky efektivně využívány a na základě výsledků pak příslušné orgány rozhodují o dalším přidělení, pozastavení nebo odebrání finančních prostředků. Narozdíl od hodnocení je monitoring soustavnou činností, která probíhá během celého trvání projektu. Zahrnuje shromažďování dat a informací o projektu a kontrolu fyzické realizace projektu. Monitorovací zprávy jsou předkládány dle přesného harmonogramu, zpravidla čtvrtletní, pololetní, výroční a závěrečná zpráva. Třemi hlavními monitorovacími nástroji jsou: monitorovací zprávy, návštěvy na místě, monitorovací databáze. V rámci monitorování realizace projektu musí každý příjemce průběžně sledovat

naplňování indikátorů, jejichž plánovanou hodnotu si stanovil již při zpracování projektové žádosti. Vykazované indikátory se musí opírat o průkaznou evidenci. Evidencí se myslí např. záznamy o každém klientovi, docházka, záznamy o vydaných certifikátech po skončení výuky apod.

Pravidelné monitorovací zprávy vypracovává konečný příjemce v průběhu a po ukončení realizace projektu. Každá monitorovací zpráva musí obsahovat popis uskutečněných a plánovaných aktivit, čerpání rozpočtu, uvedení nepodstatných změn v projektu. Musí být vyplněna v českém jazyce a pečlivě archivována. Existují tři druhy monitorovacích zpráv. Průběžná monitorovací zpráva informuje o tom, jak probíhá realizace projektu. Etapová monitorovací zpráva se předkládá se u víceetapových projektu, a to vždy po ukončení příslušné etapy. Závěrečná monitorovací zpráva podává informace o výsledcích projektu, splněných aktivitách a hodnotí celkovou úspěšnost. Musí se odevzdat v termínu stanoveném poskytovatelem podpory, většinou do dvou měsíců po skončení projektu. [3]

Kontrola a hodnocení projektu

Uzavřením právního aktu s poskytovatelem podpory se příjemce této podpory i za své projektové partnery zavazuje k tomu, že umožní provádět kontroly projektu. Tyto kontroly mohou probíhat před začátkem realizace, v průběhu realizace projektu, v době udržitelnosti i po ukončení projektu. [6]

U administrativní kontroly projektu se jedná hlavně o ověřování projektu, při kterém pracovníci poskytovatele podpory provádějí kontrolu jak z hlediska finančního, tak věcného. Totéž platí i v rámci přijímání projektových žádostí, vyhotovování právního aktu, schvalování žádostí o platbu, kontroly monitorovacích zpráv, sledování monitorovacích indikátorů, výkaznictví, příp. při dalších činnostech. Tato kontrola probíhá na pracovišti poskytovatele podpory. [6]

V případě kontrol projektu na místě se jedná o ověřování skutečného stavu (fyzického stavu účetnictví, dokumentace, průběhu realizace projektu atd.), seznámení se s celkovým systémem řízení projektu, kontroly udržitelnosti projektu, příp. prověření dalších dílčích oblastí. Porovnává se při nich skutečný stav realizace projektu se stavem deklarovaným v monitorovacích zprávách, a to jak z věcného, tak z finančního hlediska. [6]

Příjemce dotace má právo být informován o připravované kontrole s dostatečným předstihem a má také právo být informován o zaměření kontroly (kontrolovaných oblastech) o době trvání kontroly, případně o časovém harmonogramu kontroly. Poskytovatel dotace však nemusí příjemce informovat o připravované kontrole v předstihu v případě, kdy jde o kontrolu na základě zjištěných nedostatků z monitorovacích zpráv, žádostí o platbu nebo podnětů k prošetření podezření na nesrovnalost. [6]

Hodnocením projektu rozumíme proces, který zkoumá přínos z realizace jednotlivých programů strukturálních fondů Evropské unie. Základními principy hodnocení jsou: věcnost, účinnost, ekonomická efektivita a dopad. Hodnocení se člení do tří základních skupin: [3]

Předběžné hodnocení probíhá ještě před vydáním rozhodnutí o přijetí projektu. Ověřuje údaje uvedené v žádosti o podporu a zkoumá, zda jsou očekávané výstupy projektu realistické.

Průběžné hodnocení sleduje vývoj projektu od jeho počátku až do jeho ukončení a vyúčtování. Jejím cílem je zjistit, zda konečný příjemce plní podmínky, k nimž se zavázal, jestli jsou finanční prostředky opravdu vynakládány na projektové aktivity a jak je plněn harmonogram projektu.

Následné hodnocení se vypracovává po skončení projektu. Ověřuje dodržování zadaných podmínek po ukončení projektu. Současně také rekapituluje celý projekt a jeho součást tvoří i kontrola souvisejících dokladů. Cílem je analyzovat použití zdrojů a také podat zprávu o účinnosti a výkonnosti intervencí a rozsahu naplnění očekávaných efektů. [3]

Pokračování po ukončení projektu

Jako udržitelnost projektu označujeme dobu po skončení spolufinancování ze strukturálních fondů Evropské unie, po kterou budou dále využívány výsledky ukončeného projektu. Pokud by realizátor závazek udržitelnosti nedodržel, považovalo by se to za porušení podmínek pro poskytnutí, což by mohlo vést až k nutnosti vrátit finanční prostředky. [3]

1.5 Strukturální fondy Evropské unie

Fondy Evropské unie slouží k financování politik Evropské unie, podpoře hospodářského růstu členských států, podpoře vzdělanosti apod. Strukturální fondy slouží k financování cílů regionální a strukturální politiky EU, čili hlavně ke zvyšování hospodářské vyspělosti evropských regionů. [7]

Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF)

ERDF je nejdůležitější ze strukturálních fondů. Mezi hlavní cíle patří: zlepšování infrastruktury, podpora nových pracovních míst, podpora malých a středních podniků, rozvoj technologií, ochrana a zlepšování životního prostředí a rozvoj turistiky [7]

Evropský sociální fond (ESF)

ESF pomáhá lidem efektivněji se zapojit do trhu práce. Financuje opatření v oblasti profesní přípravy a systému získávání nových pracovníků. Jeho konkrétní činnost se týká těchto oblastí: doplňování sociálních programů členských států EU (zvláště pokud jde o dlouhodobé programy jako aktivní politika zaměstnanosti nebo reintegrace dlouhodobě nezaměstnaných), pomoc mladým nezaměstnaným a lidem s hendikepy, podpora rovných příležitostí na trhu práce pro ženy a muže, podpora vzdělávacích a rekvalifikačních kurzů, zlepšování mobility pracovních sil. [7]

Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond (EAGGF)

Tento fond je složen z podpůrné a záruční části. Záruční část tvoří 95 % všech výdajů a slouží k financování společné zemědělské politiky. Za pomoci této části EAGGF se například podporuje vývoz zemědělských přebytků EU do zahraničí nebo cenová a stabilizační opatření na trhu se zemědělskými výrobky. Podpůrná část je jedním z prostředků pro financování regionální a strukturální politiky. Tato část EAGGF má za úkol podporu investic a konkurenceschopnosti zemědělských závodů, pomoc začínajícím farmářům a farmářům v předdůchodovém věku, kompenzace zemědělcům v okrajových a jinak znevýhodněných oblastech, optimální využití lesů a jejich ochrana, aktivity na udržení přirozeného rázu krajiny, podpora ekonomik v zemědělských oblastech, jejich

řemeslné výroby a turistického ruchu a marketingové a poradenské služby pro zemědělské produkty. [7]

Finanční nástroj pro podporu rybolovu (FIFG)

Podílí se na modernizaci rybářského průmyslu. Jeho smyslem je nastolení rovnováhy mezi zdroji ryb a jejich čerpáním. Dalšími aktivitami jsou: posilování konkurenceschopnosti a modernizace, podpora uplatnění rybářských výrobků na trhu a pomoc oblastem závislých na rybolovu. [7]

Další důležitý fond Evropské unie je Kohezní fond (Cohesion Fund), jinak také Fond soudržnosti, nepatří mezi strukturální fondy a jako zvláštní fond solidarity byl ustanoven v roce 1993. Na rozdíl od strukturálních fondů je tato pomoc určena na přímé financování velkých projektů v oblasti životního prostředí a rozvoje dopravy (tzn. ne programů). [8]

1.5.1 Finanční toky ze strukturálních fondů

Finanční prostředky EU jsou alokovány na jednotlivé strukturální fondy na základě indikativních finančních plánů stanovených pro každý program. Tyto plány stanoví maximální částky čerpání finančních prostředků ze strukturálních fondů a z národních veřejných zdrojů v jednotlivých letech programového období. Indikativní finanční plány uvedené v OP, JPD a Iniciativách Společenství stanovují maximální částky pro financování jednotlivých priorit programu. Indikativní finanční plány uvedené v Programovém dodatku stanovují maximální částky pro financování jednotlivých opatření. Kromě indikativních finančních plánů pro každý program se pro finanční řízení strukturálních fondů a Fondu soudržnosti využívá indikativní finanční plán projektu, který zpracovává konečný příjemce. Tento plán je součástí smlouvy o financování uzavřené mezi řídicím orgánem a konečným příjemcem. Není-li smlouva o financování uzavřena, je indikativní finanční plán přílohou rozhodnutí o poskytnutí prostředků. Plnění finančních plánů se zaznamenává v MSSF. Dodržování tohoto plánu kontroluje řídicí orgán. [9]

Finanční toky strukturálních fondů probíhají na 3 základních liniích:

1. Evropská komise stanoví celkový objem svého závazku na program a programovací období. Po schválení programu zašle České republice na účet Ministerstva financí, ke kterému má dispoziční oprávnění platební orgán, zálohovou platbu.
2. Evropská komise zasílá průběžné platby a platbu konečného zůstatku České republice na účet Ministerstva financí, ke kterému má dispoziční oprávnění platební orgán, na základě žádostí doložených certifikací.
3. Platební orgán provádí platby prostřednictvím platebních jednotek konečným příjemcům. [9]

Platební orgán spravuje pouze prostředky strukturálních fondů. Veškeré platby probíhají v eurech. Každé opatření programu a každý vybraný projekt bude moci čerpat prostředky pouze z jediného fondu, současně žádný projekt nebude moci být podporován v rámci jiného programu, spolufinancovaného fondy. Příspěvky z fondů budou mít v zásadě formu dotace nebo jinou formu financování. Pomoc znovu vrácená řídicímu orgánu bude znovu přidělena na stejný účel (v rámci opatření). Příspěvky z fondů tvoří maximálně 75 % z celkových přípustných nákladů projektu a zpravidla nejméně 50 % způsobilých veřejných výdajů. Komise bude převádět příspěvky z fondů platebnímu orgánu na nejdříve zahájený projekt a může mít charakter platby na účet, průběžné platby nebo proplacení závěrečné bilance. [9]

Postup finančních prostředků ze strukturálních fondů ke konečným příjemcům podpory:

1. předání programových dokumentů Evropské komisi
2. evropská komise zasílá zálohovou platbu platebnímu orgánu na začátku programovacího období
3. dodavatel zasílá fakturu konečnému příjemci a požaduje její proplacení
4. konečný příjemce zkontroluje správnost předložené faktury a fakturu proplatí
5. konečný příjemce zasílá kopie proplacených faktur a platebních příkazů řídicímu orgánu a požaduje úhradu odpovídajícího podílu
6. řídicí orgán předá zkontrolované doklady spolu s osvědčením o provedené práci platební jednotce a žádá proplacení prostředků konečnému příjemci

7. platební jednotka zkontroluje předložené doklady a informuje platební orgán o potřebě platebních prostředků, ten převede platební prostředky a platební jednotka posune platbu konečnému příjemci
8. platební jednotka předává 3x ročně souhrnný výkaz výdajů, který je podkladem pro provedení certifikace uskutečněných výdajů
9. platební orgán provede certifikaci a zasílá certifikát Evropské komisi spolu s žádostí o provedení průběžné platby
10. evropská komise zasílá průběžnou platbu na účet řídicího orgánu
11. na konci programovacího období zasílá řídicí orgán konečnou zprávu o realizaci programu platebnímu orgánu
12. platební orgán zasílá certifikaci a žádá o provedení platby konečného zůstatku Evropskou komisi
13. kontrolní útvar Ministerstva financí zasílá Evropské komisi Deklaraci při ukončení pomoci
14. evropská komise provede platbu konečného zůstatku [9]

1.5.2 Tematické operační programy

Každá členská země si dojednává s Evropskou komisí operační programy (OP), které jsou zprostředkujícím mezistupněm mezi třemi hlavními evropskými fondy (ERDF, ESF, FS) a konkrétními příjemci finanční podpory v členských státech a regionech. Česko si pro nynější období vyjednalo 26 operačních programů. Osm z nich je zaměřeno tematicky (např. na dopravu, vědu a vzdělávání, zaměstnanost, životní prostředí) Sedm z nich jsou tzv. regionální operační programy slouží k urychlení rozvoje regionů ČR, zvýšení jejich konkurenceschopnosti a atraktivity pro investice a posílení kvality života obyvatel, při respektování vyváženého a udržitelného rozvoje regionů vycházející z využití jejich potenciálu. Pro programové období 2007-13 je 7 ROP. [10]. Ostatní OP umožňují přeshraniční, meziregionální a nadregionální spolupráci či zajišťují technické, administrativní a výzkumné zázemí realizace politiky soudržnosti. [11]

Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost

Je zaměřený na zkvalitnění a modernizaci systémů počátečního, terciárního a dalšího vzdělávání. O podporu mohou žádat školy a školská zařízení, organizace působící ve vzdělávání a kariérovém poradenství atd. Řídícím orgánem OP VK je Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR - sekce řízení operačních programů. OP VK je financován z Evropského sociálního fondu. Pro OP VK je vyčleněno 1,83 mld. €, což činí přibližně 6,8 % veškerých prostředků určených z fondů EU pro Českou republiku. Z českých veřejných zdrojů má být navíc financování programu navýšeno o dalších 0,32 mld. €. [12]

Operační program Doprava

Poskytuje finanční podporu z fondů Evropské unie pro sektor dopravy v České republice pro období 2007-2013. Ministerstvo dopravy vykonává pro tento operační program roli Řídícího orgánu. Je největší operační program v České republice a připadá na něj 5,774 mld. EUR, tj. zhruba 22 % ze všech prostředků pro ČR z fondů EU pro období 2007-2013. O podporu mohou žádat vlastníci a správci dotčené infrastruktury, vlastníci drážních vozidel a provozovatelé drážní dopravy. OP D je financován ze dvou fondů: Evropského fondu pro regionální rozvoj a Fondu soudržnosti. [13]

Operační program Životní prostředí

Je určen na zlepšování kvality životního prostředí a tím i zdraví obyvatelstva. Přispívá ke zlepšování stavu ovzduší, vody i půdy, řeší problematiku odpadů a průmyslového znečištění, podporuje péči o krajinu a využívání obnovitelných zdrojů energie atd. O podporu mohou žádat obce, kraje, státní organizace a podniky, příspěvkové organizace, fyzické osoby, podnikatelé, společenství vlastníků jednotek, veřejné výzkumné instituce a další. Řídícím orgánem OP ŽP je Ministerstvo životního prostředí ČR. OP ŽP je financován ze dvou fondů: Evropského fondu pro regionální rozvoj a Fondu soudržnosti. [14]

Operační program Podnikání a inovace

Je zaměřený na podporu rozvoje podnikatelského prostředí a podporu přenosu výsledků výzkumu a vývoje do podnikatelské praxe. Podporuje vznik nových a rozvoj stávajících firem, jejich inovační potenciál. O podporu mohou žádat podnikatelé, sdružení podnikatelů, výzkumné instituce, vysoké školy a ostatní vzdělávací instituce, neziskové organizace, fyzické osoby, CzechInvest, CzechTrade a další. Řídícím orgánem OP PI je Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. OP PI je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj. [15]

Operační program Výzkum a vývoj pro inovace

Je učen na posilování výzkumného, vývojového a proinovačního potenciálu ČR, a to především prostřednictvím vysokých škol, výzkumných institucí a jejich spolupráce se soukromým sektorem. Podporuje vybavení výzkumných pracovišť moderní technikou, budování nových výzkumných pracovišť a zvyšování kapacity terciárního vzdělávání. O podporu mohou žádat veřejné a státní vysoké školy provádějící výzkum a vývoj, veřejné výzkumné instituce, výzkumné ústavy, právnické osoby, a další. Řídícím orgánem OP VaVpI je Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR a je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj. [16]

Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost

Je zaměřený na snižování nezaměstnanosti prostřednictvím aktivní politiky na trhu práce, profesního vzdělávání, dále na začleňování sociálně vyloučených obyvatel zpět do společnosti, zvyšování kvality veřejné správy a mezinárodní spolupráci v uvedených oblastech. O podporu můžou žádat poskytovatelé sociálních služeb, vzdělávací a poradenské organizace, zaměstnavatelé, orgány státní správy, kraje, obce, svazky obcí a jejich asociace, orgány služeb zaměstnanosti a další. Řídícím orgánem OP LZZ je Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR a je financován z Evropského sociálního fondu. [17]

Integrovaný operační program

Poskytuje finanční podporu na řešení společných regionálních problémů v oblastech infrastruktury pro veřejnou správu, veřejné služby a územní rozvoj, rozvoj informačních technologií ve veřejné správě, zlepšování infrastruktury pro oblast sociálních služeb, veřejného zdraví, služeb zaměstnanosti a služeb v oblasti bezpečnosti, prevence a řešení rizik, podporu cestovního ruchu, kulturního dědictví, zlepšování prostředí na sídlištích. Řídícím orgánem IOP je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Financování IOP bude vedle prostředků ERDF a národních veřejných zdrojů zahrnovat v omezeném rozsahu i financování ze soukromých zdrojů. [18]

Operační program Technická pomoc

Je určen k podpoře jednotného přístupu na národní úrovni pro zajištění aktivit efektivního řízení, kontroly, sledování a vyhodnocování realizace Národního strategického referenčního rámce (NSRR), který zastřešuje aktivity politiky hospodářské a sociální soudržnosti v ČR. O podporu může žádat Ministerstvo pro místní rozvoj a Centrum pro regionální rozvoj ČR. Řídícím orgánem OP TP je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. OP TP je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj. OP TP doplňuje ostatní operační programy a poskytuje jim technickou podporu a zajišťuje koordinovaný přístup při řízení operačních programů a zajišťuje realizaci aktivit souvisejících s řízením operačních programů. [19]

2 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza je metoda, pomocí které je možno identifikovat silné (ang: Strengths) a slabé (ang: Weaknesses) stránky, příležitosti (ang: Opportunities) a hrozby (ang: Threats), spojené s určitým projektem, typem podnikání, podnikatelským záměrem apod. S její pomocí je možné komplexně vyhodnotit fungování firmy, nalézt problémy nebo nové možnosti růstu. Je součástí strategického (dlouhodobého) plánování společnosti. Tato analýza byla vyvinuta Albertem Humphreym. Základ metody spočívá v klasifikaci a ohodnocení jednotlivých faktorů, které jsou rozděleny do čtyř výše uvedených základních skupin. Vzájemnou interakcí faktorů silných a slabých stránek na jedné straně vůči příležitostem a nebezpečím na straně druhé lze získat nové kvalitativní informace, které charakterizují a hodnotí úroveň jejich vzájemného střetu. [20]



Obr. 1. SWOT analýza

zdroj: [20]

SW analýza = interní analýza = vztahují se k vnitřní situaci firmy. Silné a slabé stránky by měly být založeny na faktech. Mezi silné stránky například patří vedoucí pozice na trhu, přístup ke špičkovým technologiím výroby. Slabé stránky zahrnují třeba skutečnost, že většina značek není příliš známá, nízký rozpočet na reklamu, celkově malou ziskovost.

OT analýza = externí analýza = vyplývají z vnějšího prostředí – Příležitosti a hrozby: Vedení musí rozpoznat hlavní příležitosti a hrozby, jimž společnost čelí. Ne všechny

hrozby vyžadují stejnou pozornost či obavy. Příležitosti se vyskytují tam, kde může společnost díky svým silným stránkám využít změny v okolním prostředí ve svůj prospěch. Zahrnuje například: Příležitosti: hospodářské klima, demografické změny, trh a technologii. Hrozby: konkurenční aktivita, tlak ze strany distribučních kanálů, demografické změny a politiku. [21]

Provedení SWOT analýzy – vyjádření pomocí matice a strategie

Při provádění SWOT analýzy se sepíše faktory pro silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby do čtyř kvadrantů. Pro určení nejdůležitějších faktorů definujeme jejich důležitost a pravděpodobnost výskytu pomocí použití vah, které odrážejí pravděpodobnost výskytu daného faktoru, resp. jeho důležitost. Na základě provedení ohodnocení jednotlivých faktorů můžeme vytvořit grafické znázornění všech faktorů. V případě hodnocení silných a slabých stránek nám k tomu slouží matice závažnost/výkonnost. Při analyzování okolních vlivů prostředí využíváme pro grafické vyjádření význam jednotlivých faktorů matice příležitostí a matice ohrožení. Teprve podle tohoto hodnocení získáme přehled o tom, na které faktory se máme zaměřit ihned a na které v budoucnu. [22]



Obr. 2 Matice ohrožení a matice příležitostí

zdroj: [22]

Silné stránky a příležitosti = S-O-Strategie: Vývoj nových metod, které jsou vhodné pro rozvoj silných stránek společnosti (projektu).

Slabé stránky a příležitosti = W-O-Strategie: Odstranění slabín pro vznik nových příležitostí.

Silné stránky a hrozby = S-T-Strategie: Použití silných stránek pro zamezení hrozeb.

Slabé stránky a hrozby = W-T-Strategie: Vývoj strategií, díky nimž je možné omezit hrozby, ohrožující naše slabé stránky.

Cílem firmy a výstupem kompletní analýzy SWOT je chování společnosti, která maximalizuje přednosti a příležitosti a minimalizuje své nedostatky a hrozby. [20]

3 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Marketingový výzkum je setření prováděné za účelem získání podkladů, informací pro konkrétní projekt. [23] Zahrnuje několik základních typů výzkumu, které se odlišují především hlavní oblastí zkoumání – výzkum trhu, výrobní výzkum, výzkum propagace, výzkum marketingových cest, výzkum cen, konkurence a zákazníka. [22]

Druhy marketingového výzkumu

- výzkum v terénu zjišťují se primární informace (pohovory se zákazníky, dotazníky, ankety)
- výzkum od stolu využívá sekundární informace, pořizované původně za jiným účelem (statistické ročenky, odborné časopisy a publikace) [24]

Tři základní typy výzkumu

Zjištění problému je nezbytné k určení požadovaného typu výzkumu. Existují tři základní typy výzkumu:

- předběžný výzkum – shromažďuje předběžné údaje
- popisný výzkum – měří závažnost marketingového problému
- kauzální výzkum – snaží se identifikovat příčiny účinků [25]

Kvalitativní a kvantitativní výzkum

Kvantitativní výzkum- zjišťuje faktické údaje, dále je analyzuje statistickými metodami, zkoumá závislosti a vztahy mezi příčinami a následky užití: výzkum spotřebních zvyklostí, postojů k určitým výrobkům a službám, zjišťování účinnosti propagace, při výzkumu cen a dalších tržních kategorií. [24] Příkladem je reprezentativní ad-hoc šetření (osobní dotazování, telefonické dotazování, on-line dotazování), omnibusové šetření, anketa (novinová, poštovní), obsahová analýza médií, zúčastněné i nezúčastněné pozorování. [26]

Kvalitativní výzkum- zaměřen na analýzu vztahů, závislosti a příčin u zkoumání hodnoty a na jejich zobecnění- používá sociologické a psychologické metody, má odpovědět

na otázku proč? [24] Například hloubkové expertní rozhovory, individuální hloubkové rozhovory, skupinové diskuse, analýza dokumentů a textů, ostatní kvalitativní metody. [26]

3.1 Etapy marketingového výzkumu

Nemůžete vytvářet použitelné informace, aniž byste věděli, o jaký problém jde. [25] Nejprve si firma musí ujasnit cíl výzkumu, proč výzkum provést, na co má být zaměřen, co se očekává od jeho výsledků. Dobře definovaný problém je napůl vyřešený. [24]

Zahrnuje určení nejúčinnějšího způsobu shromažďování potřebné informace. Informace můžeme získat z primárních nebo sekundárních zdrojů. Sekundární údaje jsou informace dostupné z interních zdrojů společnosti nebo z publikovaných zdrojů. Primární údaje jsou zákonem chráněné informace shromažďované speciálně pro společnost. [25]

Zdroje informací mohou být interní (podnikové účetnictví, vnitropodniková statistika a evidence, přehled o prodeji atd.) anebo externí zdroje (statistické ročenky, odborné časopisy, materiály obchodních společností). [24]

Dotazníky jsou nejobvyklejším výzkumným prostředkem. Mohou být také použité mechanické instrumenty jako galvanometry, které měří fyzické reakce respondenta při odpovědi nebo tachistokopy, které rychle ukáží respondentovi obrázek v různých intervalech, po kterých respondent reprodukuje hladinu svého zapamatování. [25]

Výzkumní pracovníci musí vyvinout plán sampling (tvorba vzorků), aby určili, kteří respondenti budou zajišťovat informace pro výzkum. Plán odebírání vzorků zjišťuje, kdo by měl poskytnout rozhovor, kolik lidí by mělo být dotazováno a postup, kterým jsou respondenti vybíráni. [25]

Zvolení správné velikosti vzorku je důležité, aby poskytoval dostatečnou záruku spolehlivosti.

náhodný - každá jednotka má stejnou možnost, aby se dostala do výběru. Používá se, když nejsou žádné znalosti o základním souboru, nebo když je znám jen rozsah souboru.

záměrný - vybírají se záměrně jednotky s předpokladem, že budou pro daný soubor typické. Používá se, když je dostatek informací o základním souboru.

typický - spojuje princip náhodnosti a výběru (základní soubor se rozdělí na stejné části a každé z nich se provede náhodný výběr). Čím je vzorek typičtější, tím je vyšší pravděpodobnost, že dobře reprezentuje daný soubor. [24]

Tab. 1. Typy výběrových souborů

Náhodný výběr	
Prostý náhodný výběr	Do výběrového vzorku může být zařazen kdokoli, všichni mají stejnou šanci.
Stratifikovaný náhodný výběr	Populace je rozdělena do skupin podle zvolených kritérií (například věkové skupiny) a náhodný vzorek je vybrán z každé skupiny.
Shlukový (oblastní) výběr	Populace je rozdělena na dílčí skupiny (například podle PSČ) a vzorek je vybrán z každé skupiny.
Záměrný výběr	
Výběr podle dosažitelnosti	Výzkumník vybere nejsnáze dosažitelné respondenty v populaci.
Výběr podle uvážení	Výzkumník používá svůj úsudek při výběru respondentů, kteří podle jeho názoru přinesou přesné informace.
Kvótní výběr	Výzkumník vyhledává stanovený počet respondentů a dotazuje se jich předem z každé kategorie.

zdroj: [21]

Informace mohou být shromažďovány telefonickými pohovory, dotazníky zaslanými respondenty poštou nebo osobními pohovory s respondenty. [25] Sběr informací je základní etapa výzkumu. [24] Mohou být využity různé manuální a technologické metody. Manuální sběr údajů může jednoduše zahrnovat zapisování odpovědí respondentů.

Technologické nástroje obsahují počítačový a elektronický komunikační hardware. Je to nejnákladnější fáze výzkumného procesu a je nejvíce vystavená omylům. [25]

Analýza informací obsahuje vynětí relevantních odpovědí ze shromážděných údajů. [25] Shromážděné informace se zpracovávají, zejména se zjišťují statistické ukazatelé, četnost výskytu, střední hodnoty, míry závislosti (rozptyl). [24] Informace jsou seřazeny do tabulky a graficky znázorněny. [25]

Na konci se sestavuje a prezentuje závěrečná zpráva, která obsahuje: stanovení předmětu a cíle výzkumu (podle zadání), popis zkoumaného souboru, shrnutí základních poznatků (grafy, tabulky), doporučení pro řešení zkoumaného problému. Doporučení musí být konkrétní a realizovatelné. [24]

3.2 Základní metody marketingového výzkumu

Dotazování

Základem dotazování je pokládání otázek dotazovaným. Z jejich odpovědí získáme žádoucí primární údaje. Podle kontaktu s dotazovaným se dotazování odehrává jako osobní, telefonické a písemné. [27] Při rozhovoru je důležité navázání kontaktu, vytvoření vhodné atmosféry, vedení rozhovoru tak, aby respondent byl motivován k odpovědi. [24]

Pozorování

Výzkumník zaznamenává skutečné chování a jednání, buď osobně, nebo pomocí elektronických přístrojů. Užívá se zejména při získávání informací, které nositel informací nemůže nebo nechce poskytnout.

- podle prostředí, v němž se pozorování uskutečňuje, rozlišujeme pozorování v přirozených a laboratorních podmínkách, případně experimentální pozorování

- podle pozorovacích kategorií se rozlišuje pozorování strukturované (předem vypracované pozorovací kategorie a dáno zcela určité zaměření) a nestrukturované (náplň není předem stanovena)
- podle role pozorovatele se rozlišuje pozorování vnější (nezúčastněné - pozorovatel je mimo sledovaný proces) a zúčastněné (pozorovatel je součástí sledovaného jevu)
- podle pozice provozovatele rozlišujeme pozorování zjevné (účast pozorovatele a jeho úloha jsou zveřejněny) a skryté (při inspekci)

Výhody

- objektivní a přesné údaje

Nevýhody

- metoda neumožňuje zkoumat příčiny jevu (proč?)
- v praxi se často spojuje pozorování s osobním dotazováním, což umožní využívat výhody obou metod [24]

Experiment

Metoda založená na vytvoření situace s určitelnými měřitelnými parametry. Využívá se také v oblasti marketingového výzkumu např. experimentální prodej spojený s propagační akcí, při němž jsou zkoumány rozdíly v účinku různých propagačních nástrojů, testování výrobku, názvů, ochranných značek, obalů apod. Ale nejčastěji se používá pro zkoumání příčin chování zákazníků.

- rozdělení podle místa realizace: laboratorní (v umělém prostředí) a terénní
- rozdělení z časového hlediska: pretest (experimenty předcházející; zjišťování účinnosti propagačních prostředků před jejich nasazením, použitím) a posttest (experimenty následné; rekonstrukce zkoumaného jevu)

Výhody

- umožňuje průběh v přesně stanovených podmínkách (čas i místo)
- umožňuje důkladnou přípravu a kontrolu

- nejlépe poskytuje údaje o chování

Nevýhody

- omezenost rozsahu zkoumaných jevů a vybraných cílů

- obtíže při aplikaci výsledků [24]

3.3 Výzkum spokojenosti zákazníka/klienta

Protože spokojený zákazník se většinou vrací a kupuje více, zmíní se o svých zkušenostech jiným lidem. Statistiky naznačují, že cena uchování si zákazníka je desetinová v porovnání s jeho získáním. Proto, když zákazníka máme, měli bychom si ho udržet. Potěšit zákazníka a dosáhnout vysoké úrovně jeho spokojenosti je v tomto prostředí opravdu náročné. Existuje 6 částí programu spokojeného zákazníka:

- Koho se dotázat? U některých výrobků či služeb je někdy tato otázka složitá. Máme se dotazovat na spokojenost s cereáliemi osoby, která je kupuje (obyčejně rodič) nebo osoby, jenž je konzumuje (většinou dítě)?
- Co měřit? Ve výzkumu spokojenosti zákazníka hledáme názory respondentů na rozdílné problémy, což ukáže, jak se společnosti drží a jak se může zlepšit. Tohoto porozumění se dá dosáhnout s vysokou úrovní (jak jste obecně spokojený s ABC s.r.o.?) nebo se specifickou úrovní (jak jste spokojen s jasností faktur, kvalitou výrobku, technickým servisem atd.?).
- Jak by dotazování mělo být prováděno? Kromě výzkumných údajů existuje několik dalších ukazatelů spokojenosti zákazníka. Například míra prodeje a stížnosti zákazníků. Metody řešení spokojenosti zákazníka jsou trojí: poštovní (elektronický) výzkum, osobní interview a telefonické interview.
- Jak by měla být měřena spokojenost? Běžně se používají stupnice, kde nejnižší číslo vyjadřuje hlubokou nespokojenost, zatímco číslo nejvyšší ladí s nejvyšším uspokojením. Stejných stupnic se většinou používá i u měření důležitosti.
- Co vlastně naměřené hodnoty znamenají? Bodová ohodnocení, kterých je při výzkumu dosaženo, se využívají ke zjištění indexu spokojenosti zákazníka.
- Jak nejlépe využít výzkumu spokojenosti zákazníka? Výzkum spokojenosti zákazníků je dobré propojit s výzkumem názorů zaměstnanců a s jejich motivací,

protože šťastný zaměstnanec pracuje tvrději a snaží se více a tak uspokojují zákazníky. [28]

Teoreticky vychází spokojenost zákazníka z teorie rozporu, protože spočívá ve stanovení představy zákazníka o charakteristikách výrobku nebo služby a následné konfrontaci s charakteristikami výrobku po jeho nákupu. Jestliže zkušenost předčila očekávání, zákazník je spokojen. Evropský model spokojenosti zákazníka spočívá v definici celkem sedmi hypotetických proměnných:

- image
- očekávání
- vnímaná kvalita
- vnímaná hodnota
- spokojenost zákazníka
- stížnosti zákazníků
- loajalita zákazníka [29]

3.4 Využití marketingového výzkumu

Téměř všechny marketingový výzkum je prováděn z praktických důvodů. Musí být prověřena obchodní příležitost, je nutná identifikace důvodu problému a musí být zredukováno obchodní riziko. Marketingový výzkum může pomoci zjistit potřebu produktu či služby, pomoci odstartovat nový či slabý produkt, zlepšit výkon již vybudovaného projektu nebo ukázat způsob, jak se strategicky pohnout kupředu, například zabíráním nových teritorií či nakupováním. [28] Protože na trhu nejsme sami, potřebujeme informace o všech těchto účastnících, ale nejčastější výzkumy se týkají zákazníků, protože ti nabízejí nové příležitosti.

Nejčastější oblasti využití marketingového výzkumu:

- analýza chování zákazníka - vyhodnocuje výrobek a hledá se důvod, proč si ho zákazník koupil
- výzkum spokojenosti zákazník - nabírá stále na důležitosti
- analýza konkurence

- vnímání produktu - představuje zjišťování názorů, pocitů a postojů vůči produktu
- vnímání značky - řeší problémy související s existencí a známostí značky
- výrobkový výzkum - jeden z mimořádně důležitých výzkumů, obsahuje výzkum stávajícího výrobku, nových výrobků atd.
- cenový výzkum
- výzkum distribuce
- výzkum marketingové propagace - obsahuje výzkum dosahu, frekvence a účinku propagace [29]

3.5 Etický kodex

ICC/ESOMAR MEZINÁRODNÍ KODEX VÝZKUMU TRHU A SOCIÁLNÍHO VÝZKUMU:

První Kodex pravidel marketingového a sociálního výzkumu byl ESOMAREm publikován v roce 1948. Následovala celá řada kodexů vypracovaných národními orgány a Mezinárodní obchodní komorou (ICC).

Zveřejnění Kodexu má podpořit důvěru veřejnosti a ukázat, že odborníci ve výzkumu trhu mají etickou a odbornou odpovědnost při provádění výzkumu trhu.

Kodex by měl splnit následující cíle:

- stanovit etická pravidla, jimiž se budou výzkumníci trhu řídit
- zvýšit důvěru veřejnosti k výzkumu trhu zdůrazňováním práv a záruk, ke kterým ji tento Kodex opravňuje
- zdůraznit potřebu zvláštní odpovědnosti při získávání názorů dětí a mladých lidí
- zaručit svobodu výzkumníkům trhu při vyhledávání, přijímání a předávání informací
- minimalizovat potřebu vládní a/nebo mezivládní legislativy nebo regulace

ZÁKLADNÍ ZÁSADY - Výzkum trhu musí být legální, čestný, pravdivý a objektivní a bude veden v souladu s odpovídajícími vědeckými zásadami.

POCTIVOST - Výzkum trhu nebude zneužívat důvěru respondentů nebo využívat nedostatek jejich zkušenosti nebo znalosti.

PROFESIONÁLNÍ ODPOVĚDNOST - Spolupráce respondentů v projektu výzkumu trhu je naprosto dobrovolná ve všech jeho etapách. V okamžiku žádosti o spolupráci nesmí být uváděni v omyl.

TRANSPARENTNOST (PRŮZRAČNOST) - Výzkumníci se musí ihned představit a oznámit jednoznačně účel výzkumu.

Výzkumníci musí na požádání umožnit klientovi kontrolu kvality sběru a pořízení údajů.

ZÁZNAMOVÉ A POZOROVACÍ TECHNIKY - Respondenti musí být informováni o účelu výzkumu před tím, než záznamové a pozorovací techniky jsou užity. Výjimku tvoří výzkumy, které probíhají na veřejném místě a při kterých nejsou sbírány osobní údaje. Pokud si to respondent přeje, bude záznam nebo jeho příslušná část zničena nebo vymazána. Bez výslovného souhlasu bude totožnost respondenta chráněna.

OCHRANA ÚDAJŮ A SOUKROMÍ - Výzkumníci zajistí, že informace o ochraně soukromí respondentů je snadno dostupná respondentům, od nichž sbírají údaje.

Osobní informace sbírané a uchovávané v souladu s tímto Kodexem musí být:

- sbírány pro specifické výzkumné účely a nesmí být v žádném případě užity neslučitelně s těmito účely
- uchovány ne déle než je požadováno pro účel, pro který jsou sbírány nebo dále zpracovány

Výzkumníci zajistí, aby totožnost respondenta byla utajena před klientem.

PRÁVA RESPONDENTA:

- nezúčastnit se projektu výzkumu trhu
- odstoupit kdykoliv v průběhu rozhovoru pro výzkum trhu

- požadovat, aby jeho osobní údaje nebyly dostupné jiným osobám
- smazat nebo opravit nesprávné osobní údaje o něm uchované

DĚTI A MLADÍ LIDÉ - Výzkumníci budou věnovat zvláštní péči rozhovorům s dětmi a mladými lidmi. Ještě před zahájením rozhovoru s dětmi musí být získán souhlas rodičů nebo dospělých odpovědných za ně.

SDÍLENÉ (SPOLEČNĚ POUŽÍVANÉ) ROZHOVORY - Výzkumníci musí informovat klienty, jestliže práce realizovaná pro ně je v témže projektu kombinována nebo sdílena pro jiné klienty, aniž by odhalili totožnost těchto klientů bez jejich souhlasu. [30]

4 TVORBA DOTAZNÍKU

Dotazník je jeden z hlavních přehledových nástrojů, používaných ke zjišťování údajů z tržního průzkumu. Zahrnuje sérii otázek, určených k získání zpětné vazby (odpovědí) o postojích dojmech a domněnkách respondentů. [25]

Dotazníky splňují tyto záměry:

- získání přesných informací od respondentů
- poskytnutí struktury rozhovorům
- zajištění standardního formuláře [28]

Dotazník by měl vyhovovat dvěma hlavním požadavkům:

- účelově technickým, tj. takové sestavení a formulování otázek, aby mohl dotazovaný co nejpřesněji odpovídat na to, co nás zajímá
- psychologickým, tj. vytvoření podmínek, prostředí, okolností, které by co nejvíce pomáhaly tomu, aby se mu tento úkol zdál snadný, příjemný a žádoucí, chtěn.
- jde o to, aby respondent odpovídal stručně a pravdivě [29]

Typy dotazníků

- strukturovaný se používá se ve velkých dotazových programech (běžně přes 200 rozhovorů), kde je možné očekávat mnoho přesných odpovědí [28]
- polostrukturovaný je hojně využíván v business-to-business marketingového výzkumu, kde je nutné uchovat odpovědi společností; také najde využití tam, kde odpovědi nemohou být předem odhadnuty. [28]
- nestrukturovaný je základem mnoha studií technických a omezených trhů, využívá se také v hloubkových rozhovorech a diskusních skupinách; umožňuje zjišťovat a hledat tam, kde si tazatel není úplně jistý odpovědí ještě před interview [28]

4.1 Úprava a obecné zásady tvorby dotazníku

Úprava dotazníku:

- jednotlivé položky a celý dotazník se mají prezentovat atraktivní, profesionální a srozumitelnou formou
- všechny otázky i stránky mají být očíslované
- je nutné dodat návod, jak se dotazník vyplňuje, případně komu se odevzdá (kam se pošle)
- je nutné ukázat, že dotazník je formálně kryt autoritou nějaké instituce
- otázky mají být objektivní
- otázky mají být seřazeny od jednodušších po složitější
- skupina otázek má být uvozena nadpisem
- vybrané otázky mají obsahovat vzory odpovědí.
- dotazník by měl upraven, aby šel snadno skórovat nebo hodnotit [31]

Obecné zásady tvorby dotazníku:

Celý postup tvorby lze pro názornost rozdělit do několika etap.

1. Vytvoření seznamu informací, které má dotazování přinést. Odpověď na otázku, na co se budeme ptát, vychází již z předchozích přípravných etap (stanovení cíle výzkumu).
2. Určení způsobu dotazování. Může probíhat osobní, telefonické, písemné nebo elektronické.
3. Specifikace cílové skupiny dotazovaných a jejich výběr. Odpověď na otázku koho se budeme ptát je zčásti řešena při výběru vzorku.
4. Konstrukce otázek ve vazbě na požadované informace. Při tvorbě jednotlivých otázek je nutné zvažovat dvě hlediska: jakou funkci v dotazníku daná otázka má a jakým způsobem ji položit, aby odpověď na ni přinesla přesně tu informaci, kterou potřebujeme.
5. Konstrukce celého dotazníku. Z řady důvodů je nezbytné v dotazníku vyřešit logické vztahy mezi jednotlivými otázkami.
6. Pilotáž. Aby se omezilo riziko, je nutné otestovat srozumitelnost a jednoznačnost dotazníku na malém vzorku respondentů. [27]

4.2 Otázky a škály

Neexistuje správný návod konstrukce otázek přetvorbě dotazníku. Významným měřítkem správné konstrukce otázek je proto informační hodnota dané otázky. Špatně formulovaná otázka je jedním z hlavních zdrojů nepřesných informací nebo jinak chybných odpovědí vyplývajících z vyhodnocení. [22]

Proto bychom měli dodržovat některá pravidla:

- ptát se přímo pokud respondentovi nezpůsobí osobní nebo jiný problém
- ptát se jednoduše - otázku musí pochopit každý respondent
- užívat známý slovník - nepoužíváme cizí slova a odborné výrazy
- užívat jednovýznamová slova
- ptát se konkrétně - otázka musí být jasná a přesná
- nabízet srovnatelné odpovědi
- užívat krátké otázky
- vyloučit otázky z jednoznačné odpovědi
- vyloučit zdvojené otázky
- vyloučit sugestivní a zavádějící otázky
- vyloučit nepříjemné otázky
- snižovat citlivost otázek
- vyloučit negativní otázky
- vyloučit motivační otázky
- vyloučit odhady - nemá smysl se ptát respondenta na budoucnost a stejně nepoužíváme podmíněná přání [22]

Existují tři běžné přístupy ke strukturování položek dotazníků: uzavřené otázky, otevřené otázky a otázky se stupnicí. [25]

Podle účelu při dotazování

OTÁZKY NÁSTROJOVÉ:

- filtrační slouží v průběhu dotazování ke třídění respondentů - příklad: Kouříte? (ano/ne)
- analytické slouží k dalším analýzám a hledání souvislostí mezi jednotlivými proměnnými - příklad: Jste muž, žena?
- psychologicko-funkční neboli kontaktní jsou v dotazníku umístěny na začátku a na koci. Nejprve navazují a na závěr ukončují kontakt s respondentem - příklad: Znáte název nějaké pohádky? Chcete nám ještě něco sdělit ke zkoumané problematice?
- kontrolní mají za cíl ověřit pravdivost některých odpovědí

OTÁZKY VÝSLEDKOVÉ:

- měřítkové umožňují daný jev měřit - příklad: Jak často chodíte během týdne do obchodu na pečivo?
- nominální poskytují jmenovité vyjádření zkoumané skutečnosti - příklad: Jaký přípravek na mytí nádobí právě používáte?
- dokreslující pomáhají dokreslovat předchozí dvě skupiny otázek

Podle variant odpovědí

OTÁZKY OTEVŘENÉ nenabízí žádnou variantu odpovědí. Respondenti odpovídají podle vlastního uvážení. Příklad: Kterou značku auta znáte? (bez možnosti odpovědí.)

OTÁZKY POLOUZAVŘENÉ jsou kompromisem mezi otevřenými a uzavřenými otázkami. Respondentovi jsou předloženy varianty a úniková varianta. Příklad: Jakou značku auta znáte? (Alfa, beta a jiná).

OTÁZKY UZAVŘENÉ

- alternativní varianty odpovědí se navzájem vylučují a respondent vybírá pouze jednu odpověď - příklad: Který hudební žánr máte nejraději? (dechovka, disco).

- Selektivní varianty odpovědí se navzájem nevylučují a respondent proto může vybrat jednu nebo více odpovědí. Příklad: který hudební žánr posloucháte? (pop, punk, rock, metal). Patří sem dialogové otázky, kvantifikovatelné a kvalitativní škály a baterie.

Podle vztahu k obsahu

OTÁZKY PŘÍMÉ

- prosté nezkrslují smysl dotazu
- psycho-taktické mají za úkol snižovat napětí, patří sem otázky zdůvodňující a odvádějící
- testy
- speciální například škály a sémantický diferencál

OTÁZKY NEPŘÍMÉ PROJEKČNÍ

- asociativní techniky využívají skupinu podnětných slov, v nichž převládají slova neutrální; respondent neví, která slova jsou neutrální a která jsou předmětem výzkumu, využívají se při tvorbě propagačního sdělení
- konstruktivní techniky pracují s určitým obrazovým materiálem, která má respondent zpracovat
- dokončovací techniky slouží k ukončení uvedeného fragmentu věty, dialogu, příběhu.
- výběrové a řadící techniky
- expresivní techniky zahrnují různé formy her [22]

Škály jsou v marketingových výzkumech velmi rozšířené. Využívají se k měření postojů. Jejich hlavní význam spočívá v převedení neměřitelných znaků na znaky měřitelné. Lze je vyjádřit verbálně, číselně nebo graficky. [22]

Druhy škál

- hodnotící škála se využívá nejčastěji, lze ji přizpůsobit většině zjišťovaných situací
Například:

Tab. 2. Hodnotící škála

	Velmi spokojen	Spíše spokojen	Ani - ani	Spíše nespokojen	Velmi nespokojen
kód	+2	+1	0	-1	-2

zdroj: [32]

- grafická škála se používá tam, kde nelze přesně stanovit postoj. Například u dětí, které ještě neumí číst

Příklad:



Obr. 3. Grafická škála

zdroj: [22]

- škála pořadí umožňuje uspořádání souboru vyjmenovaných předmětů podle preferenčního pořadí
- škála párové komparace vždy hodnotí dva předměty, každý z celkového počtu předmětů je porovnáván s jedním dalším
- škála konstantní sumy užívá rozdělení fixní sumy bodů, procent nebo peněz mezi několik předmětů a tím se vyjádří preference

Specifické postojové škály

- sémantický diferenciál zjišťuje tzv. polární profil výrobku, značky, podniku apod.

Například:

Např. Sémantický diferenciál pro hodnocení motocyklu HONDA

		+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
	kvalitní								nekvalitní
Faktory hodnotící	hezký								škaradý
	dobrý								špatný
	nápadný								nenápadný
	bezpečný								nebezpečný
Faktory potenční	silný								slabý
	pohodlný								nepohodlný
	ovladatelný								neovladatelný
	výkonný								nevýkonný
Faktory aktivity	rychlý								pomalý
	vyvolávající závist								vyvolávající pohrdání
	ekonomický								neekonomický

Obr. 4. Sémantický diferenciál

zdroj: [32]

- Likertova škála měří určitý postoj k objektu, každé tvrzení měří nějaký aspekt zkoumaného předmětu

Příklad:

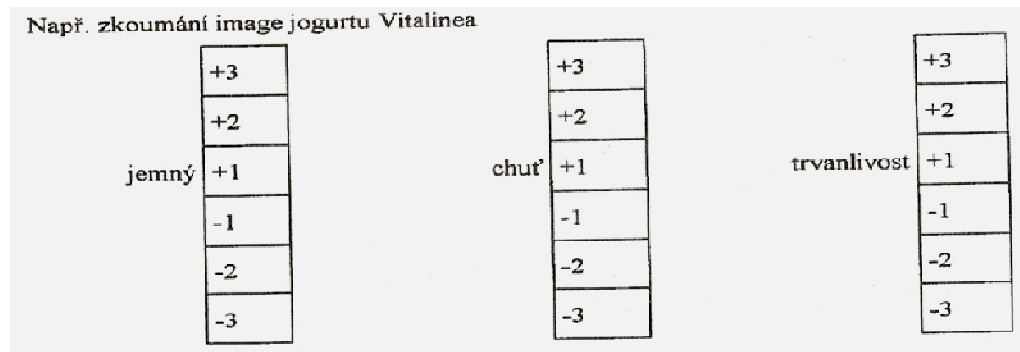
Tab. 3. Likertova škála příklad hodnocení image supermarketu

Aspekt	Silně souhlasím	souhlasím	Nemám názor	nesouhlasím	Silně nesouhlasím
1. vede bohatý sortiment					
2. zboží je vysoké kvality					
3. zboží je přehledně rozmístěno					

zdroj: [32]

- Stapelova škála využívá jedno hodnotící kritérium, respondent vyjadřuje názor výběrem numerické kategorie odpovědí [32]

Příklad:



Obr. 5. Příklad Stapelova škála

zdroj: [32]

4.3 Techniky šetření

Písemné dotazování

- otázky jsou zpracovány předem, vytištěny- respondent sám rozhoduje, zda a kdy dotazník vyplní. Tato forma může umožnit anonymitu respondentů
- k výhodám patří nízké náklady, poměrně menší náročnost na organizaci výzkumu, vyloučení vlivu tazatele
- nevýhodou je nereprezentovatelnost získaných odpovědí, nízká návratnost dotazníků, nemožnost použít na složitější problémy- tato metoda se používá pro předběžné výzkumy a pro méně náročné výzkumy, kde není nutná vysoká přesnost výsledků [24]

Osobní dotazování

- výhodou osobního dotazování je možnost výběru reprezentativního vzorku, vysoká návratnost dotazníků, možnost zjišťovat i náročné problémy
- nevýhodou větší časová i finanční náročnost a možnost ovlivňování výsledků výzkumníkem

- podle počtu dotazovaných se rozlišují: individuální rozhovory a skupinové rozhovory (diskuse) [24]

Telefonické dotazování

- má většinu vlastností obdobných jako osobní dotazování
- použití je závislé na hustotě a spolehlivosti telefonní sítě
- v poslední době se rozšiřuje úměrně růstu konkurence
- výhodou je rychlost, nižší náklady v porovnání s osobním dotazováním
- nevýhody nemožnost získání reprezentativního vzorku, použití pro méně složité problémy a zejména pro kratší rozhovory [24]

Elektronické dotazování

- má mnoho vlastností obdobných písemného dotazování s využitím počítačové techniky
- výhoda – možnost kontaktu tazatele a respondenta, rychlé a levné, umožňuje rychlejší a snadnější zpracování údajů [24]

S tím jak roste počet zákazníků s pravidelným přístupem na internet, roste i počet marketérů, kteří svůj výzkum přesouvají na síť. Ačkoliv zatím tento způsob výzkumu tvoří méně než 5 % všech výdajů na marketingové výzkumy, někteří lidé tvrdí, že by brzy mohl dosáhnout až 50 % veškerých výdajů na výzkum.

Hlavní výhodou je rychlost a nízké náklady. Je také relativně levný. Odpadají náklady na cestování, poštovné, telefon, mzdy a tisk.

Nevýhodou online výzkumu je obtížné sestavení vzorku, protože mnoho zákazníků zatím nemá přístup na internet. Další nevýhodou je nemožnost kontroly sledovaného vzorku. [21]

Tab. 4. Silné a slabé stránky kontaktních metod

	Pošta	Telefon	Osobní kontakt	Internet
Pružnost	Malá	Dobrá	Výborná	přiměřená
Množství získatelných údajů	Dobré	Přiměřené	Výborné	dobré
Kontrola nad osobním vlivem tazatele	Výborná	Přiměřená	Malá	výborná
Kontrola vzorku	Přiměřená	Výborná	Přiměřená	Přiměřená
Rychlost získání údajů	Malá	Výborná	Dobrá	výborná
Náklady	Dobré	Přiměřené	Malé	výborné

zdroj [21]

4.4 Zpracování, analýza údajů a interpretace výsledků

Po shromáždění dat je musíme upravit, roztřídit a konečně technicky zpracovat. Úprava údajů spočívá v jejich kontrole z hlediska úplnosti a přesnosti, v doplnění chybějících informací a ve vyloučení nesprávných údajů. Tabulkami a grafy jsou pak vyjadřovány výsledky výzkumu. Účelem tabulek a grafů je podat názorný a srozumitelný, logicky uspořádaný obraz o zkoumaných jevech, o jejich vývoji, struktuře a závislostech.

Prvním krokem při analýze údajů je obvykle analýza každé jednotlivé otázky nebo hodnoty znaku zkoumaných jednotek. Zpravidla se vychází z rozdělení četností zjištěných hodnot znaků. Také se stanoví relativní četnosti.

Při interpretaci výsledků analýzy je nezbytné:

- dodržovat objektivitu, přikládat správnou váhu jednotlivým zjištěným skutečnostem
- zobecňovat výsledky výzkumu opatrně
- věnovat pozornost i zdánlivě méně významným souvislostem
- rozlišovat mezi míněním a fakty
- hledat příčiny a nezaměňovat je s následky

Výsledky můžeme prezentovat písemně nebo ústně. Jednotlivé body zprávy mohou být:

- titulní strana
- obsah
- stručný souhrn
- metodologie
- výsledky výzkumu
- možná omezení výzkumu
- závěry a doporučení
- přílohy
- bibliografie

Ústní prezentace může být většinou doplnění k písemné prezentaci. Při ústní prezentaci můžeme použít vizuální prostředky, které překonávají grafické nebo jiné prostředky, uplatňované v písemných zprávách. Umožňuje rovněž vysvětlit složitější úseky zkoumané problematiky. [32]

II ANALYTICKÁ ČÁST

5 CO JE TO VZDĚLÁVÁNÍ

Vzdělávání je proces získávání vědomostí a znalostí, které získáváme učením během výuky, zkušenostmi a podobně. Teprve výsledkem vzdělávacího procesu je vzdělání, což je souhrn získaných vědomostí. [33]

Základní nebo primární (elementární) vzdělání sestává z prvních let formálního strukturovaného vzdělání, které probíhá během dětství. Ve většině zemí je absolvování základního vzdělání pro děti povinné. Primární vzdělání se obvykle poskytuje ve školách, kde děti zůstanou v nepřítomnosti rodičů nebo jiných rušících faktorů, v rovnoměrně postupujících třídách. Děti se obvykle učí ve třídách s jedním učitelem, který je primárně odpovědný za jejich vzdělání a prospěch v daném roce. Důležitým aspektem primárního vzdělávacího systému je kontinuální výuka jedním učitelem a možnost vytvoření blízkých vztahů s ostatními žáky. Hlavním cílem primárního vzdělání je dosažení základní gramotnosti (umět číst a psát) a znalosti počtů u všech žáků, stejně jako načrtnutí základů vědy, zeměpisu, historie a jiných společenských věd. Po dokončení primárního vzdělání dítě pokračuje sekundárním vzděláním. [34]

Sekundární vzdělání je úplné všeobecné středoškolské vzdělání a také poskytuje úplné odborné středoškolské vzdělání například ekonomické, umělecké, zdravotnické, sociální, průmyslové školy. Střední škola trvá 4 roky a je zakončena maturitní zkouškou. [35]

Terciární vzdělávání jsou všechny typy státem uznávaného vzdělávání, které navazuje na vzdělání zakončené maturitní zkouškou. V terciárním vzdělávání se dosahuje nejvyšších stupňů vzdělání. Studijní a vzdělávací programy v terciárním vzdělávání se zaměřují na budoucí společenské uplatnění absolventů. Struktura úrovní terciárního vzdělávání je složena z pomaturitní odborné studium, vyšší odborné studium, bakalářské studium, magisterské studium, doktorské studium a další. [36]

Charakteristika dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků školských zařízení pro zájmové vzdělávání (dále jen DVPPzv) se účastní ředitelé a vedoucí pracovníci školských zařízení pro zájmové vzdělávání, pedagogové volného času, vychovatelé, příp. další pedagogičtí pracovníci uvedených zařízení dle jejich pracovního zařazení. DVPPzv zahrnuje:

1. uvádění do praxe
2. průběžné vzdělávání
3. funkční studium
4. odborné studium
5. přípravu lektorů
6. specializované vzdělávací akce, zaměřené zejména na oblast volnočasových aktivit dětí a mládeže [37]

Obecným cílem Programu je modernizace vzdělávání v souladu s Dlouhodobým záměrem vzdělávání a rozvoje výchovně vzdělávací soustavy ČR a na základě doporučení Národního programu rozvoje vzdělávání v České republice (Bílá kniha). Cílem tohoto rozvojového programu je podpora zařízení DVPP zřizovaných kraji. [38]

Národní institut pro vzdělávání připravuje Dlouhodobý záměr dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků České republiky (DZ). Jde o střednědobý strategický dokument, který chce přispět ke zkvalitnění dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků (DVPP) a zřehlednit jeho nabídku. DZ podporuje vznik informačního portálu DVPP, jenž by se stal hlavním úložištěm všech informací o vzdělávání učitelů. DZ chce také vymezit jasná pravidla realizace DVPP a pojmenovat kompetence jednotlivých subjektů vstupujících do tohoto procesu. [39]

Přidělení dotace z rozvojového programu ve vzdělávání Podpora dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků v regionech v roce 2008 udává tabulka. Celkový požadavek na finanční prostředky činil 45 222 100 Kč. [40]

Tab. 5. Přehled přidělených dotací za rok 2008

kraj / instituce	přidělená dotace
Vysočina	1 500 000
Jihočeský	1 600 000
Jihomoravský	3 300 000
Královéhradecký	1 150 000
Pardubický	1 000 000
Zlínský	1 150 000
Plzeňský	1 200 000
Středočeský	2 100 000
Moravskoslezský	4 100 000
Olomoucký	1 320 000
Liberecký	460 000
Ústecký	1 120 000
NIDV	3 000 000
celkem	23 000 000

zdroj: [40]

6

**BCHODNÍ AKADEMIE TOMÁŠE BATI A VYŠŠÍ ŠKOLA
EKONOMICKÁ ZLÍN – ŠKOLA ZABEZPEČUJÍCÍ
PROJEKTOVOU ČINNOST****Základní údaje o škole**

Název: Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín
Adresa: náměstí T. G. Masaryka 3669, 761 57 Zlín
IČ: 0005 66 411
Telefon: +420 577 006 555
Fax: +420 577 006 559
e-mail: vose@vosezlin.cz, oatb@oazlin.cz
www : <http://www.oazlin.cz>, <http://www.vosezlin.cz>
Ředitel školy: PaedDr. Josef Rydlo
Zřizovatel: Zlínský kraj, třída Tomáše Bati 21, 761 90 Zlín [41]



**OBCHODNÍ AKADEMIE TOMÁŠE BATI
A VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ ZLÍN**

Obr. 6. Logo Obchodní akademie

Tomáše Baťi

zdroj: [42]



Obr. 7. Logo Vyšší
školy ekonomické

zdroj: [42]



Obr. 8. Lokalizace školy

zdroj: [43]



Obr. 9. Budova školy

zdroj: [44]

Historie školy

Obchodní akademie Tomáše Bati je jednou z nejstarších středních škol ve Zlíně. Její historie sahá do 30. let 20. Století a na jejím počátku stojí obchodní kurzy, které se realizovaly v rámci Baťovy školy práce. V roce 1933 byla ve Zlíně zřízena pobočka OA v Uherském Hradišti a v roce 1937 ministerským výnosem samostatná škola s názvem Obchodní akademie Tomáše Bati pro zahraniční obchod ve Zlíně. V roce 1991 se škola stala samostatným právním subjektem a začíná se specializovat na tři základní zaměření - marketing, finance a administrativu. Ve stejném roce vznikl na této škole Projekt vyššího studia jako nové úrovně vzdělání v České republice a v září 1992 nastoupili do tohoto studia první žáci. Významným mezníkem je rok 1993, kdy na základě iniciativy školy a jejich bývalých absolventů se jí rozhodnutím MŠMT ze dne 28. září 1993 vrací původní, byť zkrácený název "Obchodní akademie Tomáše Bati Zlín". [45] Dalším důležitým okamžikem bylo schválení návrhu na tři bakalářské studijní programy, které se jsou od akademického roku 2000/2001 na této škole realizovány. [46]

Škola má k dispozici celkem 23 kmenových učeben, 10 učeben výpočetní techniky, 3 jazykové učebny a tři velké posluchárny. Ve všech učebnách je instalován počítač s přístupem k internetu a moderní prezentační technika. Celkově je žákům k dispozici více než 150 počítačů. Všechny počítače v rámci školy jsou připojeny do školní počítačové sítě a do celosvětové sítě internet. Počet členů pedagogického sboru školy se celkově pohybuje okolo 70 - 80 vyučujících. Někteří z nich pracují na částečný úvazek a někteří jako

externisté. Pedagogičtí pracovníci působí na střední škole nebo vyučují v oblasti terciárního vzdělávání (na vyšší odborné škole nebo vysoké škole). [41]

6.1 Tři školy pod jednou střechou

Tři školy pod jednou střechou - právě tímto sloganem se charakterizuje Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín. Zde je možné získat nejen maturitní vysvědčení, ale i absolutorium na vyšší odborné škole nebo dokonce vysokoškolský diplom. [45]

Tab. 6. Přehled studentů na škole

Typ školy	Počet tříd	Počet studentů ke dni 30.6.2009
SŠ	17	501
VOŠ	6	117
Bc	22	367

zdroj: [41]

Střední škola

Absolvent Obchodní akademie získává složením zkoušky střední vzdělání. Studium je čtyřleté, ukončené maturitní zkouškou z českého jazyka, cizího jazyka nebo matematiky, z účetnictví a ekonomiky. Její součástí je i praktická zkouška z odborných předmětů. Místo rané specializace, která by omezovala žáky ve volbě dalšího povolání, jsou v učebních plánech posíleny všeobecně vzdělávací předměty. V dnešní době má nezastupitelný význam kvalitní výuka dvou světových jazyků. Vzhledem k tomu, že v České republice je trvalý převis poptávky po vzdělání na vysokých školách, mají absolventi Obchodní akademie Tomáše Bati jednu významnou a velmi zajímavou výhodu. Mohou zde pokračovat v dalším studiu. Podle svých potřeb a schopností si po maturitě mohou volit mezi vyšším odborným nebo bakalářským studiem. [41] Ve školním roce 2008/2009 byly otevřeny dva maturitní obory: Ekonomické lyceum a Obchodní akademie se zaměřením podniková ekonomika, cestovní ruch a mezinárodní obchod.

Absolvent oboru vzdělání **ekonomické lyceum** je připraven na další studium, zejména na ekonomických a právnických fakultách vysokých škol a na studium na vyšších odborných školách zaměřených např. na ekonomiku, podnikání, finančnictví, veřejnou správu, služby atd. Osvojené klíčové kompetence a základy odborného ekonomicko-právního vzdělávání jsou předpokladem i pro dobré uplatnění na trhu práce nebo pro zahájení vlastního podnikání. Absolvent může vykonávat dílčí analytické, organizační, administrativní, sekretářské, poradenské a další činnosti ve firmách, ve službách, v cestovním ruchu, v organizacích veřejné správy apod. [41]

Absolvent **obchodní akademie** se uplatní především ve skupině povolání zaměřených na výkon ekonomických, obchodně podnikatelských a administrativních činností v podnicích všech právních forem a v ostatních organizacích. Jedná se zejména o pozice jako ekonom, účetní, finanční referent, referent marketingu, asistent, sekretářka, obchodní zástupce, referent ve státní správě, bankovní a pojišťovací pracovník a v další ekonomicko-administrativní funkce. Absolvent je připraven nastoupit do některé z forem terciárního vzdělávání, zejména ke studiu na vysoké škole nebo na vyšší odborné škole. [41]

Vyšší odborná škola

Jednou z prvních škol, které stály u vzniku vyššího odborného školství v České republice, je Vyšší odborná škola ekonomická ve Zlíně. Projekt vyššího odborného studia vznikl v úzké spolupráci mezi Obchodní akademií Tomáše Bati a nizozemskou školou v Eindhovenu. Studium na vyšší odborné škole je realizováno ve studijních oborech „Marketing pro střední stupeň řízení“ a „Účetnictví a finanční řízení“. Díky dlouholeté tradici školy, možnostem zahraničních stáží a na základě kvalitního personálního obsazení a technického vybavení, byla nadprůměrná úroveň výuky oceněna udělením Certifikátu vysoké kvality. Vyšší odborné vzdělání zahrnuje část všeobecnou, dále odbornou erudici specifickou pro příslušný obor a také řízenou praktickou přípravu. Studium se ukončuje absolutoriem, které se skládá z teoretické zkoušky z odborných předmětů, zkoušky z cizího jazyka, z absolventské práce a její obhajoby. Absolventi obdrží diplom a titul „diplomovaný specialista“ (ve zkratce DiS.). Vyšší odborná škola připravuje absolventy pro kvalifikovaný výkon odborných činností, nebo prohlubuje dosažené vzdělání pro

odborné náročné činnosti. Vyšší odborná škola poskytuje v jednotlivých studijních oborech vzdělání, které zahrnuje všeobecné, specifické odborné vzdělání a řízenou praktickou přípravu. Je součástí terciárního vzdělávání. [41]

Absolventi **Marketingu pro střední stupeň řízení** najdou uplatnění zejména v oblasti plánování, organizování a řízení marketingových projektů, propagace a reklamy, zpracování a využívání ekonomických informací pro organizování prodeje, distribuce a ocenění výrobků. Všeobecná složka vzdělání je tvořena matematikou, dvěma cizími jazyky, statistikou, informačními technologiemi a psychologií. Odbornými předměty jsou ekonomika a řízení, právo, ekonomie, sociální komunikace, finanční matematika, účetnictví a finanční řízení. Specifickou složkou vzdělání tvoří předměty marketingový výzkum, logistika, finanční analýza, marketing, mezinárodní marketing, marketing služeb, marketingová komunikace aj. [41]

Absolventi **Účetnictví a finanční řízení** jsou připravováni pro odborné činnosti v oblasti účetnictví, finančního řízení a kontroly. Najdou uplatnění v oblasti bankovníctví, peněžnictví a pojišťovnictví, ale i v jiných výrobních, obchodních a servisních organizacích. Získají znalosti pro konzultační činnost v této oblasti i základy pro auditorskou činnost. Všeobecná složka vzdělání je tvořena matematikou, dvěma cizími jazyky, statistikou, informačními technologiemi a psychologií. Odbornými předměty jsou ekonomika a řízení, právo, ekonomie, sociální komunikace, finanční matematika, účetnictví a finanční řízení. Specifickou složkou vzdělání tvoří předměty marketing, finanční trh, daně, bankovníctví aj. [41]

Bakalářské studium

Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická ve Zlíně zajišťuje ve spolupráci s Fakultou managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně také vysokoškolské studium. Realizace bakalářských studijních programů byla zahájena v roce 2000. Do dnešní doby ukončilo toto studium pomocí 1392 absolventů prezenční a kombinované formy studia. Akreditace vlastních, profesně zaměřených bakalářských studijních programů získala škola jako první v republice. Studijní program bakalářského

studia je ve srovnání s jinými vysokými školami ekonomického směru více profesně zaměřen. Profesní charakter bakalářského programu předpokládá rychlé uplatnění absolventa v odborné praxi. Je charakterizován řízenou praxí v podnicích a organizacích (rozsah 8 týdnů ve 4. semestru a 14 týdnů v 6. semestru). Náplň oborových předmětů je zaměřena tak, aby navazovala na nutný teoretický základ z teoretických předmětů především v prvním a částečně ve 2. ročníku. Závěrečná státní zkouška probíhá z části v cizím jazyce. Po úspěšné bakalářské zkoušce je absolventům udělen titul „bakalář“ (ve zkratce Bc.). V současné době je akreditován studijní program Ekonomika a management s následujícími studijními obory: [41]

Marketing (prezenční i kombinovaná forma studia) vybavuje absolventa poznatky z oblasti marketingu tak, aby byl schopen po zapracování samostatně vykonávat řídicí funkce v oblasti marketingových aktivit na středním stupni řízení v průmyslových a obchodních podnicích, ve veřejných službách, neziskových organizacích, ale také ve specializovaných marketingových a reklamních agenturách, či při zahájení vlastního podnikání. Velký důraz je kladen na osvojení praktických případových studií.

Finanční řízení podniku poskytuje absolventům poznatky pro uplatnění v oblasti financí, daní a účetnictví a finančního řízení podniku. Poskytuje jim na základě teoretických poznatků prakticky zaměřenou odbornou kvalifikaci tak, aby po zapracování mohli vykonávat řídicí a odborné činnosti na středním stupni řízení zaměřené nejen na oblast účetních operací a financí, ale i na oblast finanční analýzy, finančního plánování, daňového systému a finančního trhu. Koncepce oboru vychází ze skutečnosti, že účetnictví a finance představují klíčové obory v podmínkách tržního hospodářství. [41]

V letošním roce je v bakalářském studiu ukončena výuka oboru Veřejná správa.

6.2 Projektová činnost školy

Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická ve Zlíně věnuje velkou pozornost projektové činnosti. Projektové učení a vyučování je nový koncept

všeobecného školství, podle něhož se vyučování nemá organizovat podle vyučovacích předmětů, nýbrž tak, že se žáci učí řešit a zpracovávat jednodušší nebo složitější projekty. Americký filosof a pedagog John Dewey, který tuto metodu roku 1935 poprvé navrhl, od ní očekával, že se tím vyučování přiblíží praxi. [1]

Ve dnech 2. 6. – 6. 6. 2008 proběhl **projektový týden**. Tato akce patří do učebního plánu pro žáky 3. ročníku obchodní akademie, aby měli možnost vyzkoušet si získané znalosti a dovednosti při řešení samostatného úkolu v týmu. V průběhu celého týdne žáci prokázali, že zvládnou vyhledávat a používat informace, pracovat v kolektivu, připravit prezentaci a obhájit ji na veřejnosti. Témata projektů byla jak z oblasti ekonomické, tak společensko-vědní, zařazeno bylo i téma v anglickém a německém jazyce. V letošním roce byly zpracovány projekty na následující témata:

- Problematika existence společnosti s ručením omezeným se zaměřením na účetnictví
- Vytvoření interaktivního výukového materiálu pro tvorbu normovaných tabulek
- Podnikatelské aktivity regionu Zlín
- „Jak zajistit budoucí bydlení?“
- Zlín šedesátých let 20. století
- Die bedeutendsten Persönlichkeiten unserer Region
- Historie a současnost lázeňství v Luhačovicích
- The position of Thomas Bata Business Academy and Higher Professional School of Business Zlín in the educational system of the Zlín Region [47]

Program Socrates/Comenius

Program Comenius je zaměřen na školní vzdělávání. Zapojit se mohou mateřské školy, základní školy a střední školy. Cílovou skupinou jsou žáci, studenti, učitelé a pedagogičtí pracovníci působící v těchto typech škol. Cílem programu je rozvíjet porozumění mezi mladými lidmi z různých evropských zemí, pomáhat jim osvojit si základní životní dovednosti nezbytné pro jejich osobní rozvoj, pro jejich budoucí zaměstnání a pro aktivní účast v evropských záležitostech. Tento program je určen žákům/studentům ve školním vzdělávání od mateřských po střední školy, školám zařazeným v Rejstříku škol a školských zařízení MŠMT, učitelům a dalším pracovníkům v těchto školách, asociacím, neziskovým

a nevládním organizacím zapojeným do školního vzdělávání a zástupcům těchto institucí atd. [48]

Program Leonardo da Vinci

Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická ve Zlíně využívá pro financování odborné praxe studentů program Leonardo da Vinci. Tento program je v rámci programu celoživotního učení zaměřen na výukové a vzdělávací potřeby všech osob účastnících se odborného vzdělávání a odborné přípravy na jiné než vysokoškolské úrovni a na instituce a organizace nabízející nebo podporující toto vzdělávání a přípravu.

Tento program:

- přispívá ke zvýšení přitažlivosti, kvality a výkonnosti systémů odborného vzdělávání a přípravy, ke zlepšování průhlednosti, informačních a poradenských systémů, k uznávání kompetencí a kvalifikací a k posilování evropského rozměru
- ovlivňuje iniciativy na podporu dalšího vývoje, přezkoumávání a uplatňování společných evropských nástrojů pro odborné vzdělávání a přípravu

Jeho cílem je:

- podporovat účastníky odborné přípravy a dalších vzdělávacích aktivit v získávání a používání vědomostí, dovedností a kvalifikací podporujících osobní rozvoj, zaměstnatelnost a účast na evropském trhu práce
- podporovat zvyšování kvality a inovace v systémech, institucích a postupech odborného vzdělávání a přípravy
- zvýšit přitažlivost odborného vzdělávání [49]

Seznam projektů Obchodní akademie T. Bati a VOŠE Zlín:

- Aplikace a prohloubení odborných znalostí a dovedností v rámci projektového týdne – březen 2003
- Inovace stávajících studijních oborů VOŠ – 63 – 43 – N/010 Účetnictví a finanční řízení a 63 – 41 – N/024 Marketing pro střední stupeň řízení – květen 2003

- Informační systém školy (v rámci SIPVZ) – červen 2003
- Zařazení LMS do procesu vzdělávání (v rámci SIPVZ) – červen 2003
- Aplikace a prohloubení odborných znalostí a dovedností v rámci projektového týdne s perspektivou harmonizace zpracování ekonomických dat – září 2003
- Projekt Partnerství – únor 2004
- Projekt Mobilitou k zaměstnanosti – Leonardo da Vinci – únor 2004
- Socrates/Comenius – Partnerství škol – Rozvoj podnikatelského povědomí a dovedností v nové Evropě – únor 2004
- MR 02-04 Podprogram pro rozvoj environmentálního vzdělávání výchovy a osvěty ve školách a školských zařízeních ve Zlínském kraji – únor 2004
- Mezinárodní studentský výměnný program – červen 2004
- Žádost o podporu v rámci PF06-04 Podprogram na výstavbu, technického zhodnocení a opravu sportovišť a sportovních zařízení ve Zlínském kraji – červenec 2004
- Projekt mobility – Leonardo da Vinci – Rozvoj podnikavosti studentů prostřednictvím stáží v malých a středních podnicích - září 2004
- Leonardo da Vinci – Zkvalitnění klíčových kompetencí studentů prostřednictvím zahraničních stáží – únor 2005
- Tvorba a realizace vzdělávacích programů středních a vyšších odborných škol Zlínského kraje – duben 2005
- Mezinárodní studentský výměnný program – květen 2005
- Podpora odborného vzdělávání – květen 2005
- Výměna žáků mezi partnerskými školami – družební město Chorzów – červen 2005
- Stáže absolventů – říjen 2005
- Rozvojový program v rámci SIPVZ – leden 2006
- Tvorba a realizace profesních vzdělávacích programů na SŠ a VOŠ ve Zlínském kraji podporujících rozvoj podnikání
- Finance a my
- Naučme se spolu žít aneb Living together – Zkvalitňování vzdělávání ve školách a školských zařízeních – listopad 2006 – projekt byl podán, nebyl přijat
- Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje – probíhá od února 2009 [42]

V poslední době OA a VOŠE Zlín byla příjemcem finančních prostředků z ESF pro realizaci projektů.

Tvorba a realizace profesních vzdělávacích programů na SŠ a VOŠ ve Zlínském kraji podporujících rozvoj podnikání - reg. č. CZ.04.1.03/3.3.13.2/0024

Byl realizován od 1. září 2006 do 30. června 2008 v rámci Operačního programu Rozvoj lidských zdrojů spolufinancovaného ze státního rozpočtu ČR a Evropského sociálního fondu. V rámci projektu bylo vytvořeno šest profesních vzdělávacích programů.

- účetnictví
- obchodní angličtina
- obchodní němčina
- začínáme podnikat
- občan a elektronický svět
- projektový management

Tab. 7. Projekt Tvorba a realizace profesních vzdělávacích programů na SŠ a VOŠ ve Zlínském kraji podporujících rozvoj podnikání

číslo operačního programu	CZ.04.1.03
název operačního programu	Operační program Rozvoj lidských zdrojů
číslo priority	3.3
název priority	Rozvoj celoživotního učení
číslo programu podpory	13.A
název programu podpory	Rozvoj a zlepšení současné nabídky dalšího profesního vzdělávání včetně služeb s ním spojených
číslo výzvy	2
název grantového schématu	Rozvoj kapacit dalšího profesního vzdělávání
celkové náklady projektu	2 203 332,-- Kč [50]

Finance a my - reg. č. CZ.04.1.03/3.3.13.3/0002

Byl realizován od r. 2007 a ukončen 1. 5. 2008. Projekt byl zaměřen na profesní vzdělávání veřejnosti v oblasti Financí. Byly vytvořeny výukové moduly, které byly pilotně ověřeny v průběhu realizace projektu. Nyní jsou nabízeny veřejnosti a také studentům bakalářského studijního programu jako doporučená literatura, případně jsou využívány i při výuce. Projekt je rozdělen do pěti modulů:

- Daně
- Finance podniku
- Banky, bankovní produkty a služby
- Formy a možnosti platebního styku
- Anglická korespondence a bankovní produkty a služby pro firmy – v anglickém jazyce [51]

Tab. 8. Projekt Finance a my

číslo operačního programu	CZ.04.1.03
název operačního programu	Operační program Rozvoj lidských zdrojů
číslo priority	3.3
název priority	Rozvoj celoživotního učení
číslo programu podpory	13.A
název programu podpory	Rozvoj a zlepšení současné nabídky dalšího profesního vzdělávání včetně služeb s ním spojených
číslo výzvy	3
název grantového schématu	Rozvoj kapacit dalšího profesního vzdělávání
celkové náklady projektu	621 500,-- Kč [50]

V současné době na VOŠE Zlín probíhá projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“

7 PROJEKT „FINANČNÍ GRAMOTNOST VE ŠKOLÁCH ZLÍNSKÉHO KRAJE“

Projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ má - reg. č. 1.07/1.3.09/01.0018. Doba realizace projektu je stanovena od 1. 2. 2009 do 31. 12. 2010. Zaměření projektu je vzdělávání pedagogů a pedagogických pracovníků ve školách v oblasti financí. Realizátorem projektu je Obchodní akademie Tomáš Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín. Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR.

Tab. 9. Projekt Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

číslo operačního programu	CZ.1.07
název operačního programu	OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
číslo priority	7.1
číslo oblasti podpory	7.1.3
název oblasti podpory	Další vzdělávání pracovníků škol a školských zařízení
číslo výzvy	01
název výzvy	Zlínský kraj – výzva č.1 pro GP – oblast 1.3
celkové náklady projektu	2 078 325,-- Kč [50]

Projekt je určen především pro učitele základních a středních škol, jako pomůcka při jejich orientaci ve finanční problematice. Hlavním cílem projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ je zvýšení kompetencí pedagogických i nepedagogických pracovníků škol a školských zařízení ve Zlínském kraji v oblasti financí. Projekt je rozdělen na jednotlivé moduly, kterých je celkem 5. Zájemce může absolvovat celý vzdělávací program, všech 5 modulů, ale také si můžete zvolit jen některé. Každý modul je zakončen plnohodnotným certifikátem.

Potřeba vzdělávání v oblasti „Finanční gramotnosti“ vyplývá ze společného dokumentu MFČR, MŠMT a MPO České republiky ze dne 7.12.2005, který byl dále aktualizován v prosinci 2007 a z tzv. systému budování finanční gramotnosti na základních a středních školách. Semináře probíhají v budově Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborné školy ekonomické ve Zlíně, nám. TGM 3669, Zlín. Tyto semináře pro pedagogické a nepedagogické pracovníky základních i středních škol jsou zcela zdarma včetně studijních materiálů. Z důvodu velkého počtu zájemců z řad pedagogů základních škol byla také realizována mimořádná akce projektu, kdy MODUL 1 a 2 byl prezentován na základě žádosti také v místě Základní školy TGM Otrokovice. Tyto dva semináře byly prezentovány také pro ZŠ Mánesova Otrokovice pro ZŠ Trávníky a 2. ZŠ Napajedla.

7.1 ESF

Evropský sociální fond (ESF) je jedním ze strukturálních fondů Evropské unie. Hlavním posláním ESF je rozvíjení zaměstnanosti, snižování nezaměstnanosti, podpora sociálního začleňování osob a rovných příležitostí se zaměřením na rozvoj trhu práce a lidských zdrojů. Objem finančních prostředků z ESF pro ČR na programovací období 2007 - 2013 činí 3,8 mld. EUR. Na programové období 2004 - 2006 bylo pro ČR přiděleno 456,98 mil. EUR.

Cíle Evropského sociálního fondu

- pomoc nezaměstnaným lidem při vstupu na trh práce
- rovné příležitosti pro všechny při přístupu na trh práce
- sociální začleňování, pomoc lidem ze znevýhodněných sociálních skupin při vstupu na trh práce
- celoživotní vzdělávání
- rozvoj kvalifikované a přizpůsobivé pracovní síly
- zavádění moderních způsobů organizace práce a podnikání
- zlepšení přístupu a účasti žen na trhu práce
- boj se všemi formami diskriminace a nerovnostmi souvisejícími s trhem práce

Základní programy Evropského sociálního fondu pro současné programové období 2007 – 2013:

- OP Lidské zdroje a zaměstnanost (OP LZZ)
- OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost (OP VK)
- OP Praha – Adaptabilita (OPPA)

Základní programy Evropského sociálního fondu pro programové období pro minulé programové období 2004-2006

- OP Rozvoj lidských zdrojů (OP RLZ)
- jednotný programový dokument pro Cíl 3 (JPD 3)
- iniciativa Společenství CIP EQUAL
- společný regionální operační program (SROP)

Z Evropského sociálního fondu (ESF) jsou podporovány projekty neinvestičního charakteru, jako např.:

- rekvalifikace nezaměstnaných
- speciální programy pro osoby se zdravotním postižením, děti, mládež etnické menšiny a další znevýhodněné skupiny obyvatel
- tvorba inovativních vzdělávacích programů pro zaměstnance
- podpora začínajícím OSVČ
- rozvoj institucí služeb zaměstnanosti
- rozvoj vzdělávacích programů včetně distančních forem vzdělávání
- zlepšování podmínek pro využívání ICT pro žáky i učitele
- zvyšování kompetencí řídicích pracovníků škol a školských zařízení v oblasti řízení a personální politiky
- zavádění a modernizace kombinované a distanční formy studia
- stáže studentů, pedagogů a vědeckých pracovníků v soukromém a veřejném sektoru a další

Orgánem zodpovědným za řízení pomoci z ESF v ČR je Ministerstvo práce a sociálních věcí a je zároveň řídicím orgánem Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost

– jednoho ze tří českých operačních programů pro čerpání finanční pomoci z Evropského sociálního fondu v ČR. Dalším řídicím orgánem je Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, které má v gesci Operační program vzdělávání pro konkurenceschopnost. Třetí Operační program Praha – Adaptabilita řídí Magistrát hlavního města Praha. [51]

7.2 OPVK

Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost (OP VK) je víceletým tematickým programem v gesci Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR (MŠMT), v jehož rámci je možné v programovacím období 2007-2013 čerpat finanční prostředky z Evropského sociálního fondu (ESF), jednoho ze strukturálních fondů Evropské unie (EU). Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost se zaměřuje na oblast rozvoje lidských zdrojů prostřednictvím vzdělávání ve všech jeho rozmanitých formách s důrazem na komplexní systém celoživotního učení, utváření vhodného prostředí pro výzkumné, vývojové a inovační aktivity a stimulační spolupráce participujících subjektů. [52]

Cíle OP VK

Globálním cílem OP VK 2007-2013 je rozvoj vzdělanostní společnosti za účelem posílení konkurenceschopnosti ČR prostřednictvím modernizace systémů počátečního, terciárního a dalšího vzdělávání, jejich propojení do komplexního systému celoživotního učení a zlepšení podmínek ve výzkumu a vývoji. Specifické cíle OP VK představující cesty, které povedou k naplnění globálního cíle:

- rozvoj a zkvalitňování počátečního vzdělávání s důrazem na zlepšení klíčových kompetencí absolventů pro zvýšení jejich uplatnitelnosti na trhu práce a zvýšení motivace k dalšímu vzdělávání
- inovace v oblasti terciárního vzdělávání směrem k propojení s výzkumnou a vývojovou činností, větší flexibilitě a kreativitě absolventů uplatnitelných ve znalostní ekonomice, k zatraktivnění podmínek pro výzkum a vývoj a k vytvoření komplexních a efektivních nástrojů, které by podporovaly inovační proces jako celek

- posílení adaptability a flexibility lidských zdrojů jako základního faktoru konkurenceschopnosti ekonomiky a udržitelného rozvoje ČR prostřednictvím podpory dalšího vzdělávání jak na straně nabídky, tak poptávky
- vytvoření moderního, kvalitního a efektivního systému celoživotního učení prostřednictvím rozvoje systému počátečního, terciárního a dalšího vzdělávání včetně propojení těchto jednotlivých částí systému celoživotního učení [53]

Přehled prioritních os a oblastí podpory.

Prioritní osa č. 1: Počáteční vzdělávání

1.1 zvyšování kvality ve vzdělávání

1.2 rovné příležitosti dětí a žáků včetně dětí a žáků se speciálními vzdělávacími potřebami

1.3 další vzdělávání pracovníků škol a školských zařízení

Prioritní osa č. 2: Terciární vzdělávání, výzkum a vývoj

2.1 vyšší odborné vzdělávání

2.2 vysokoškolské vzdělávání

2.3 lidské zdroje ve výzkumu a vývoji

2.4 partnerství a sítě

Prioritní osa č. 3: Další vzdělávání

3.1 individuální další vzdělávání

3.2 podpora nabídky dalšího vzdělávání

Prioritní osa č. 4 (a, b): Systémový rámec celoživotního učení (cíl Konvergence, cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost)

4.1 systémový rámec počátečního vzdělávání

4.2 systémový rámec terciárního vzdělávání a rozvoje lidských zdrojů ve výzkumu a vývoji

4.3 systémový rámec dalšího vzdělávání

Prioritní osa č. 5 (a, b): Technická pomoc (cíl Konvergence, cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost)

5.1 řízení, kontrola, monitorování a hodnocení programu

5.2 informovanost a publicita programu

5.3 absorpční kapacita subjektů implementujících program [53]

Základní typy projektů podporované z OP VK.

Individuální projekty je možné předkládat v rámci výzev vyhlášených MŠMT pro prioritní osu 1, 2, 3 a 4. Individuální projekty národní jsou realizovány na celém území ČR, zatímco individuální projekty ostatní mají regionální, příp. neregionální charakter. Grantové projekty je možné předkládat v rámci globálních grantů, jež jsou vyhlášeny kraji ČR pro prioritní osu 1 a 3. Grantové projekty jsou realizovány na území příslušného kraje. Výše podpory pro grantový projekt předkládaný v rámci globálního grantu je 400 000 – 25 000 000 Kč nebo dle podmínek výzvy. Maximální délka trvání grantového projektu předkládaného v rámci globálního grantu jsou 3 roky. [54]

Celková částka určená na financování OP VK v programovacím období 2007-2013 činí 2.151,4 mil. € (tj. cca 53,8 mld. Kč při kurzu 25 Kč/€), přičemž zdroje EU (ESF) tvoří 85 % (1.828,7 mil. €, tj. cca 45,7 mld. Kč při kurzu 25 Kč/€) a národní zdroje ze státního rozpočtu ČR zbylých 15 % celkové alokace. Míra spolufinancování pro individuální a globální projekty dosahuje až 100 % způsobilých výdajů projektu. [55]

7.3 Příprava a žádost

Pokud chceme žádat o financování projektu z fondů Evropské unie je prvním krokem v této projektové činnosti myšlenka. Pokud je tato myšlenka reálná, je nutné věnovat dostatek času přípravě a vytvoření žádosti. Důležitá je analýza výchozí situace. Žádost o projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ byl podán v červnu 2008. Tato

žádost musela být vyplněna v elektronické aplikaci BENEFIT7 a také v tištěné formě. Byla předložena ve stanoveném termínu a se všemi předepsanými náležitostmi zprostředkujícímu subjektu, kterým je Zlínský kraj.

Žádost obsahuje tyto body:

- údaje o žadateli
- informace o projektu
- specifikaci nákladů projektu s rozdělením na náklady uznatelné a ostatní
- informace o financování projektu
- specifikaci uznatelných nákladů podle rozpočtu
- harmonogram realizace projektu
- soulad projektu s horizontálními prioritami EU

V rámci projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ žádost obsahovala následující přílohy:

- čestné prohlášení o bezdlužnosti
- doklady o právní subjektivitě žadatele
- podklady pro posouzení finanční situace žadatele (daňové přiznání, účetní závěrka, rozvaha a další)
- projektovou dokumentaci
- výroční zpráva školy
- seznam projektů OA a VOŠE Zlín
- vyhodnocení dotazníkového šetření
- osnova projektu [56]

U přípravné fáze je nutné sestavit vyhovující realizační tým projektu. V tomto konkrétním projektu bylo složení následující:

Statutární zástupce

PaedDr. Josef Rydlo

Manažer projektu

Ing. Hana Šedová, Ph.D.

Administrátor

Ing. Jana Šilhánová

Koordinátor projektu	Ing. Ivana Londová
Asistenti vědy a výzkumu	Bc. Jana Nováková Bc. Petra Kaňová Bc. Alena Baďurová Bc. Miriam Janíčková Alena Krajčová Zuzana Žatecká
Lektoři	Ing. Hana Šedová, Ph.D. Ing. Petra Hanáková Ing. Petra Brázdilová Ing. Radana Janáčková Bc. Václav Strnadel
Ekonom	Bronislava Sunková
Mzdová účetní	Hana Zuzaníková
Asistent výpočetní techniky	Ing. Karel Macek Milan Jiříkovský
Grafik	Mgr. Libor Švardala Alena Krajčová + další studenti [42]

Při posuzování dotačních příležitostí je vždy nezbytným krokem vyhodnocení žádosti z hlediska její oprávněnosti. Oprávněnost projektového záměru je přitom nutné posuzovat s ohledem na všechna stanovená kritéria. Teprve v případě shody projektového záměru

s danými kritérii je účelné pokračovat v přípravě projektu. Kritéria oprávněnosti lze rozdělit podle různých aspektů do následujících oblastí:

- kdo může o dotaci žádat
- kde může být projekt realizován
- kdo může být cílovou skupinou projektu
- jaké aktivity mohou být realizovány v rámci jednotlivých oblastí podpory
- kdo může být partnerem projektu a jaká musí být jeho místní příslušnost
- na co mohou být finanční prostředky využity [4]

7.4 Realizace

Tab. 10. Harmonogram klíčových aktivit projektu:

Měsíce 2009	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Administrativní zahájení projektu		X	X	X								
2. Publicita projektu - oslovení cílové skupiny		X	X	X								
3. Vzdělávací program Finanční gramotnost				X	X	X	X	X	X	X	X	X
4. Slavnostní zahájení projektu					X							
5. Tvorba modulů					X	X	X	X	X			
6. Tvorba studijních materiálů								X	X	X	X	X
7. Publicita projektu - další oslovení cílové skupiny					X	X						
8. Kurzy - pilotní ověření						X		X	X	X	X	

9. Publicita projektu průběžná									X	X	X	X	X
10. Komunikace s klienty					X	X	X	X	X	X	X	X	X
11. Dotazníkové šetření					X	X	X	X	X	X	X	X	X
Rok 2010	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
3. Vzdělávací program Finanční gramotnost	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X
6. Tvorba studijních materiálů	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X
8. Kurzy - pilotní ověření		X	X	X	X			X	X				
9. Publicita projektu průběžná	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
10. Komunikace s klienty průběžná	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X
11. Dotazníkové šetření	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X
12. Odborná studie	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X
13. Informační brožura						X	X	X	X	X			
14. Slavnostní ukončení projektu										X			

zdroj: [42]

Realizace projektu začíná mediální kampaní. Informace o realizaci byly zveřejněny inzerátem v Otrokovických novinách číslo 5. dne 22.05.2009. Medializace také proběhla

na internetových stránkách školy a prostřednictvím dalších propagačních aktivit např. letáky. Slavnostní zahájení projektu se konalo dne 13. května 2009 od 14.30 hodin v Baťově vile. Od 14:30 byla prezentace hostů, v 15:00 pronesla manažerka projektu úvodní slovo. Pak následovala prezentace projektové činnosti a projektu, od 16:00 proběhl slavnostní raut a byl závěr semináře v 17:00.

Projekt je realizován v pěti vzdělávacích programech a jejich obsah je výsledkem analýzy potřeb klientů. Ke každému modulu bylo nutné vytvořit studijní opory. Obsah jednotlivých modulů:

1. Peníze

- peníze – pojem, definice
- vývoj peněz
- současná podoba peněz
- hotovostní a bezhotovostní platby
- banka a její postavení v ekonomice
- cena a faktory ovlivňující tvorbu ceny
- měnový kurz a jeho vliv na cenu výrobků a služeb
- inflace

2. Spotřebitel a jeho chování v oblasti financí

- člověk ekonomický a společnost – sledování vlastního zájmu ekonomický koloběh
- domácnosti a firmy a jejich postavení v ekonomice
- ekonomické rozhodování spotřebitele (s důrazem na hospodaření domácností)
- regulace a vlastnická práva – ochrana vlastnických práv (s důrazem na ochranu spotřebitele)

3. Možnosti investování a spoření

- banka a její postavení v otevřené ekonomice
- druhy bankovních obchodů a jejich členění
- bankovní produkty a služby (s důrazem na spotřebitele, tj. na fyzické osoby)
- příklady možností spoření (termínované vklady, vkladové listy, certifikáty, stavební spoření, penzijní připojištění, atd.)
- příklady možností půjček (spotřební úvěr, konkrétní příklady dalších typů půjček, úvěr ze stavebního spoření, hypotéka, atd.)
- investiční příležitosti spotřebitele
- prezentace bankovních produktů a služeb konkrétní bankou (dle dohody – Komerční banka, ČSOB nebo Ge Money Bank, případně jiná banka)

4. Daně a daňové přiznání

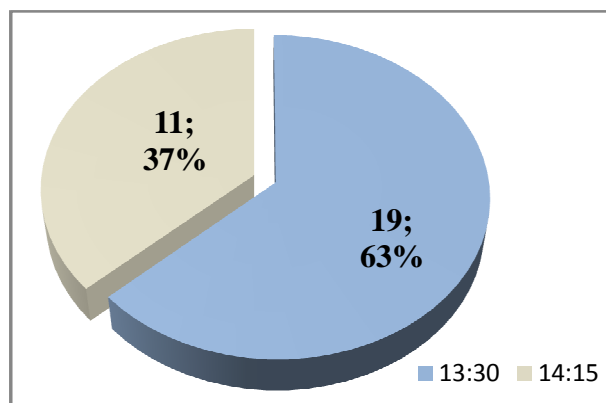
- pojem daně
- druhy daní a jejich členění
- daň z příjmů fyzických osob
- formulář daňového přiznání
- jak vyplnit formulář DP v tištěné verzi a v elektronické verzi

5. Finanční problematika v jazyce anglickém

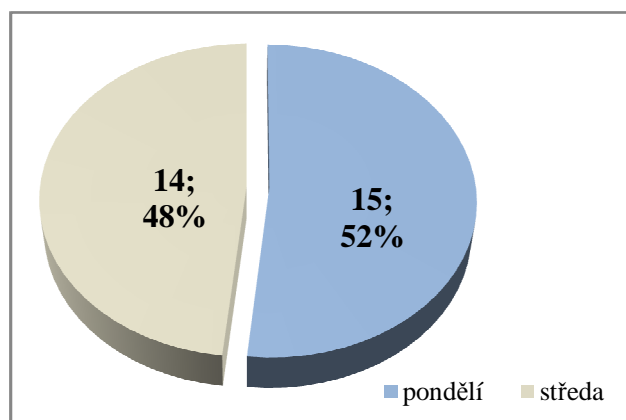
- money
- bank
- money transfer, payments
- savings and investments
- tax [42]

Výzkumná sonda potřeb klientů projektu:

Aby co nejvíce klientů projektu bylo spokojeno se dnem a časem konání modulů dostali na výběr ze dvou možných dní (pondělí a středa). I pro stanovení času měli možnost volby (13:30 nebo 14:15). Patnácti klientům (52 %) vyhovuje pondělí pro realizaci jednotlivých částí projektu a 14 dotazovaných (48 %) by preferovala středu. Pro zahájení jednotlivých modulů v 13:30 bylo 19 dotazovaných, což představovalo 63 %. Zbýlých 11 dotazovaných (37 %) se přiklání k zahájení v 14:15. Z vyhodnocení vyplynulo, že klientům více vyhovuje konání modulů v pondělí od 13:30 hod. Pro větší spokojenost klientů byly tyto výsledky respektovány a podle toho byl zvolen den i hodina konání modulů.

Graf: 1. Preference doby konání

zdroj: vlastní

Graf: 2. Preference dne konání

zdroj: vlastní

Tab. 11. Časové rozpis modulů

MODUL	TERMÍN KONÁNÍ
MODUL 1	23. a 24. června 2009
MODUL 2	27. srpna, 7. a 21. září
MODUL 3	5. a 19. října, 9. a 23. listopadu 2009
MODUL 4	8. a 22. února, 1. a 8. března 2010
MODUL 5	22. a 29. března, 12. a 26. dubna 2010

zdroj: vlastní

Dotazníkové šetření probíhalo od zahájení projektu několikrát. Od některých klientů byl udělen souhlas s poskytnutím údajů pro potřeby projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“. Tento souhlas byl poskytnut na dobu neurčitou. První výzkumnou sondou po zahájení projektu byl Úvodní dotazník. Pak následovaly sondy spokojenosti klientů s moduly 1 a 2. Tvorba studijních materiálů je v realizaci a jsou připravovány na jednotlivé moduly. Informační brožura se také teprve připravuje. Datum slavnostního ukončení projektu zatím není stanoven. Při tomto posledním setkání dostanou klienti certifikát o ukončení jednotlivých modulů.

7.5 Publicita a propagace

Publicita tvoří velkou část projektové činnosti. Příjemce finanční podpory je povinen informovat všechny účastníky i veřejnost o tom, že tento projekt realizovaný v rámci OP VK je spolufinancován z Evropského sociálního fondu (ESF).

Projekt byl nebo bude propagován:

- průběžně aktualizací informací na vlastních www stránkách školy
- publikace – po ukončení projektu bude vypracovaná informační brožura
- školicí a informační materiály

- 2x inzerce v regionálních novinách v měsíci květen a říjen, v Učitelských novinách 20.10.2009 na straně 29 v ročníku 112 číslo 36/2009 a také v Mladé frontě Dnes dne 4.11.2009 v příloze vzdělávání D 2 v čísle 257
- letáky a plakáty
- propagační předměty – zatím to byl poznámkový blok, taška, deštník a diář¹

Pravidla publicity OP VK

- příjemce je povinen informovat o spolufinancování projektů realizovaných v rámci OP VK z prostředků ESF a státního rozpočtu ČR: umístěním loga EU, ESF a loga OP VK na všech materiálech vztahujících se k realizaci projektu
- dále je povinen umístit vlajky EU v místnostech, kde se konají akce na kterých je projekt prezentován nebo které jsou součástí projektu
- každý dokument vztahující se k projektu včetně elektronických dokumentů a korespondence musí být označen v souladu s pravidly vizuální identity ESF a OP VK
- loga ESF a OP VK a vlajka EU musejí být umístěna na zařízení a vybavení zakoupeném pro účely projektu
- z prostředků ESF a státního rozpočtu ČR
- každá akce realizovaná v rámci OP VK musí být na začátku rovněž uvedena informací o tom, že je financovaná z prostředků ESF a státního rozpočtu ČR [6]
- logo ESF může být použito pouze v kombinaci s vlajkou EU, tato 2 loga jsou spolu s logem OP VK povinná a na všech předmětech a materiálech
- v případě, že logo OP VK je použito s doprovodným textem, je jeho minimální velikost 1,5 cm; pokud je použito bez doprovodného textu jako součást logolinku, může být velikost upravena dle loga ESF
- pokud je zvolen svislý logolink, musí loga „stát“
- věta o „spolufinancování“ a o „investici do rozvoje vzdělávání“ nemusí být umístěna na malých předmětech
- logo MŠMT musí být minimálně 3 cm velké
- nedělit logolink

¹ Inzerát, článek v Učitelských novinách a letáky jsou uvedeny v příloze.

- upravovat logolink na oficiálních dokumentech je nepřípustné
- logo projektu nesmí být součástí logolingu (logo školy je přípustné). Může být libovolně umístěno na dokumentu [42]
- na drobných propagačních předmětech není nutné používat logo MŠMT a povinná sdělení: „Investice do rozvoje vzdělávání“ a „Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky“

Povinné sdělení o spolufinancování projektu z prostředků ESF a prostředků ČR musí být na všech informačních a propagačních materiálech a dokumentech vyjádřena následujícím sdělením: „Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky“ Na informačních a propagačních materiálech musí být použito sdělení zdůrazňující přidanou hodnotu pomoci Společenství: „Investice do rozvoje vzdělávání“. [6]

Pravidla vizuální identity ukládají, že při provádění všech informačních a propagačních aktivit je nutné používání závazných log a dodržovat pravidla vizuální identity ESF a OP VK. Závazný sled log na informačních a propagačních materiálech je následující:

1. Evropský emblém v souladu s grafickými standardy definovanými v příloze Nařízení komise: **Vlajka EU**
2. Odkaz na Evropskou unii: **Evropská unie**
3. Odkaz na ESF: **Logo ESF**
4. Odkaz na Řídící orgán OP VK: **Logo MŠMT**
5. Odkaz na program OP VK: **Logo OP VK**
6. Prohlášení zdůrazňující přidanou hodnotu pomoci Společenství: **Investice do rozvoje vzdělávání** [6]

Loga EU a ESF lze použít i v opačném řazení – ESF, EU. Vlajku EU a ČR je možno stáhnout ze stránek www.esfcr.cz nebo ze stránek www.mzv.cz. Logo ESF je možno stáhnout ze stránek www.esfcr.cz. Používání loga ESF a vlajky EU se řídí Manuálem vizuální identity ESF v ČR 2007-13, který je uveřejněn na webových stránkách www.esfcr.cz. Používání loga OP VK se řídí Manuálem vizuální identity OP VK, který

stanovuje závaznou podobu loga OP VK. Tento Manuál je zveřejněn na stránkách www.msmt.cz. [6]

Logo OP VK

Základní verze logotypu OP VK má dvě oranžové směřovně do sebe zaměřené šipky zahnuté do podoby obdélníku tvoří jakýsi „rám“, skrz který zleva směrem doprava a nahoru diagonálně prochází 6 černých teček. Součástí rámu je i číselný údaj „2007 – 13“. Tento výše popsany základ logotypu bývá ještě dole vespod doplněn o dva řádky textu (český nebo anglický název programu). Základní barevná verze OP VK je tvořena barvou oranžovou a černou. Nebude-li možné značku reprodukovat plnobarevně je možné použít verzi šedočernou. Minimální ochranná zóna značky programu OP VK je odvozena od velikosti „černého bodu“ v logotypu. Jeho velikost se rovná „X“. Ochranná zóna kolem značky je 1,5X. Pokud je použita plná varianta (tzn. varianta včetně textu), je z důvodu čitelnosti logotypu určena minimální velikost značky programu OP VK 1,5 cm. [6]



Obr. 10. Varianty loga OP VK

zdroj:[6]

Logo ESF a EU

Vychází z barev Evropské unie a spojitost s ní je vyjádřena „evropskými hvězdami“. S ohledem na mezinárodní charakter tohoto fondu je jeho logo zpracováno ve dvou jazykových variantách – české a anglické. Česká varianta loga se používá u všech materiálů psaných českým jazykem a anglická varianta tohoto loga se používá u všech materiálů, které jsou psány jazykem anglickým. Dále je zpracováno několik barevných variant – běžná barevnost, černobílá nebo jednobarevná modrá. V Manuálu jsou zpracovány tři možnosti používání log ESF, a to bez textu nebo dvě možnosti použití s textem – buď přímo pod logem ESF ve vzdálenosti šířky nožičky písmene „f“ z loga

nebo vedle loga ESF. V případě, že dokument bude tištěn na černobílé tiskárně, je nutné použít tuto černobílou variantu loga ESF a vlajky EU. Nejmenší možná velikost loga udává výšku 6 mm. Ochranná bílá zóna kolem loga se rovná velikosti šíři nožičky písmene „f“ z loga. Vlajka EU může být umístěna po obou stranách vedle loga ESF nebo dole či nahoře pod nebo nad logem ESF. [6]



Obr. 11. Barevné varianty loga ESF a EU

zdroj: [6]

Logotyp projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ obsahuje logo EU, ESF, MŠMT, OP VK, Zlínského kraje a Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší školy ekonomické Zlín.



Obr. 12. Barevný logotyp Projektu Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

zdroj:[42]



Obr. 13. Černobílý logotyp Projektu Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

zdroj: [42]

7.6 Monitoring

Monitorovací zprávy k projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ se podávají pravidelně každé tři měsíce.

8 SWOT ANALÝZA PROJEKTU „FINANČNÍ GRAMOTNOST VE ŠKOLÁCH ZLÍNSKÉHO KRAJE“

Tato SWOT analýza rozebírá vnitřní a vnější okolí projektu. Vychází z odborných konzultací s manažerkou projektu Ing. Hanou Šedovou Ph.D. a z výzkumných sond, které byly provedeny v rámci realizovaného projektu na Obchodní akademii Tomáše Bati a Vyšší odborné škole ekonomické Zlín.

Vnitřní analýza:

Silné stránky

- zájem pedagogických pracovníků o tento projekt
- dobrá informovanost o projektu
- unikátnost projektu
- spokojenost klientů s moduly
- nutnost znalostí z oblasti finanční gramotnosti pro výkon povolání klientů projektu
- motivovaný realizační tým
- možnost využití prostorů školy
- zkušenosti manažera s projektovou činností
- dobrá organizace projektu
- kvalifikovaní lektori
- technická nenáročnost pro realizaci
- dobře zvolená témata jednotlivých modulů pro klienty
- aktuální informace v oblasti finanční gramotnosti

Slabé stránky

- nízký rozpočet
- časová náročnost přípravy a organizace projektu
- časová vytíženost klientů projektu
- špatná elektronická komunikace s klienty

Vnější analýza

Příležitosti

- málo příležitostí ke vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti ve Zlínském kraji
- klienti mají zájem o pokračování jednotlivých modulů
- klienti jsou s projektem spokojeni, a proto jej budou dále doporučovat
- podpora od vedení školy
- podpora od Zlínského kraje
- podpora DVPP
- podpora Evropské unie (fondu ESF)
- dostupnost místa konání
- propagace školy
- navázání kontaktů důležitých pro další projektovou činnost
- nové příležitosti financování projektů

Hrozby

- konkurence v případných podobných projektech
- proměnlivost získaných informací

9 TVORBA DATABÁZE

Databáze byla nezbytná pro oslovování nejprve zájemců a později klientů. Nejdříve byl vytvořen seznam všech středních a základních škol. Databáze škol byla tvořena ze seznamu škol, který je umístěn na webových stránkách Zlínského kraje. Tento seznam byl dále doplňován z informací získaných na internetu. Do přehledné tabulky, která byla rozdělena na základní a střední školy byly zaznamenány tyto informace:

- název školy
- adresa školy včetně odkazu na webové stránky
- e-mail na vedení školy nebo sekretariát
- telefon
- jméno ředitele případně zástupce statutárního orgánu

Na ty emailové kontakty byla rozeslána nabídka bezplatného vzdělávání v rámci projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“.

Druhá část tvorby databáze spočívala ve vytvoření seznamu budoucích klientů a získání kontaktů na tyto zájemce. Původní databáze byla rozšířena o:

- jména a příjmení klientů
- jejich telefonický kontakt
- jejich e-mailovou adresu

Tyto kontakty se v databázi připisovaly k příslušné základní nebo střední škole.

Dále bylo nutné vytvořit novou databázi, ve které byli klienti členěni podle přihlášení na jednotlivé moduly.²

² Vzory databáze klientů jsou uvedeny v příloze.

10 ANALÝZY POTŘEB A SPOKOJENOSTI KLIENTŮ

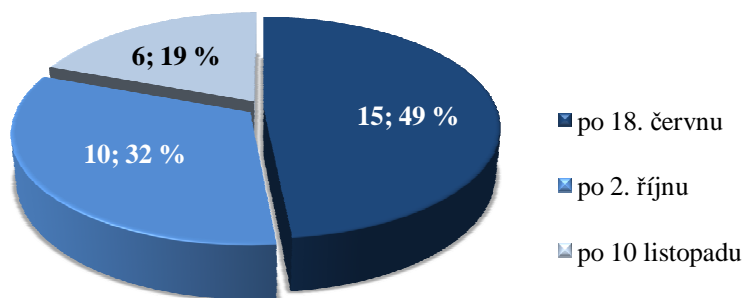
Cílem těchto výzkumných sond je zjištění informací, které přispějí ke zvýšení spokojenosti klientů projektu. Součástí hodnocení modulů tvoří také vědomostní testy, které mají prokázat množství získaných znalostí.³

10.1 Úvodní výzkumná sonda

Po slavnostním zahájení projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ byl klientům rozeslán úvodní dotazník elektronickou poštou z e-mailu vytvořeného speciálně pro tento projekt. Tímto dotazníkem bylo analyzováno, z jakého zdroje se o projektu klienti dozvěděli, jaké konkrétní znalosti z oblasti finanční gramotnosti očekávají, zda znalosti získané v průběhu projektu potřebují pro své povolání a zda mají zájem o celý projekt nebo jen o vybrané moduly. Úvodní dotazník se skládal z devatenácti otázek. Vzor dotazníku viz příloha č. I. Cílem bylo zjistit potřeby klientů a případně upravit projekt tak, aby bylo dosaženo co největší spokojenosti klientů. Byla zvolena elektronická technika šetření. Dotazník byl poprvé rozeslán 18. července dále pak 2. října a 10. listopadu. Z celkového počtu 64 respondentů odpovědělo po prvním rozeslání jen 15 klientů. Během října bylo doručeno dalších 10 dotazníků a po posledním rozeslání tohoto dotazníku byl celkový počet vyplněných dotazníků 31. Z toho vyplývá, že návratnost tohoto dotazníku byla 48,44 %. Důvodem byla zřejmě špatná komunikace s klienty, která naráží na špatné softwarové vybavení ve školách - tj. mnohdy e-maily neotevřou, nejsou doručeny apod.

³ Dotazníky a testy jsou uvedeny v příloze.

Graf: 3. Návratnost dotazníků

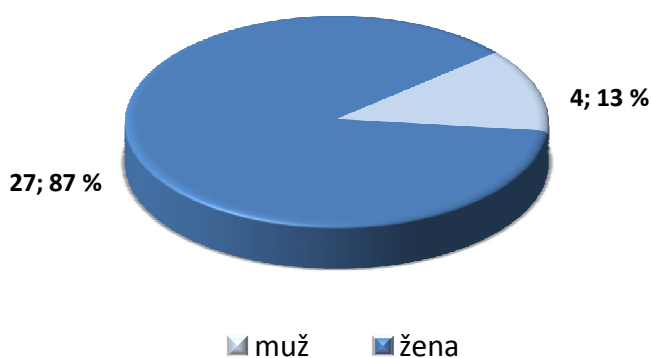


zdroj: vlastní

Složení respondentů:

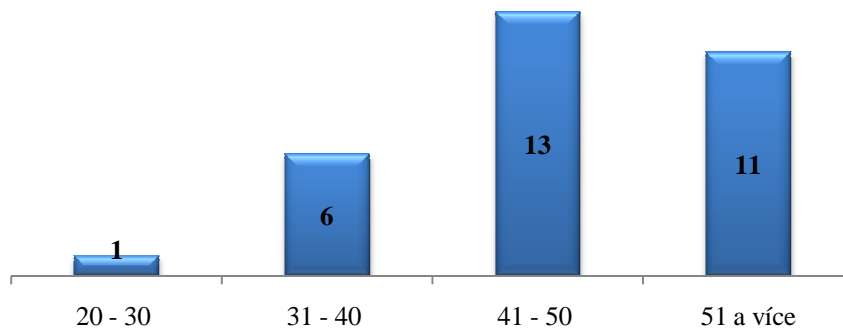
Na tento dotazník odpovídali 4 muži a 27 žen. Nejvíce respondentů bylo ve věku 41 – 50 let a druhou nejpočetnější skupinou byli respondenti ve věku 51 a více let. Většina dotazovaných byli pedagogičtí pracovníci – zastupují 87 %. Nejvíce zastoupená pracovní pozice byla učitel všeobecně vzdělávacích předmětů. Osloveni byli pracovníci základních škol – 15 dotazovaných a středních škol – 14 respondentů.

Graf: 4. Složení respondentů podle pohlaví



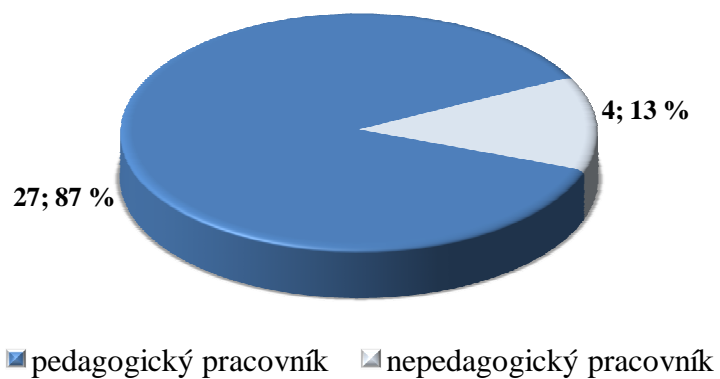
zdroj: vlastní

Graf: 5. Složení respondentů podle věku



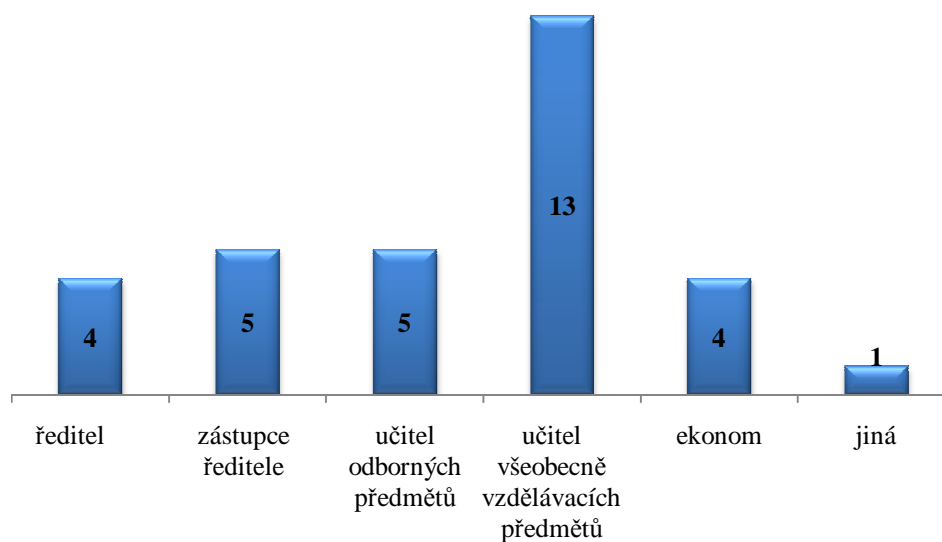
zdroj: vlastní

Graf: 6. Rozdělení respondentů na pedagogické a nepedagogické pracovníky



zdroj: vlastní

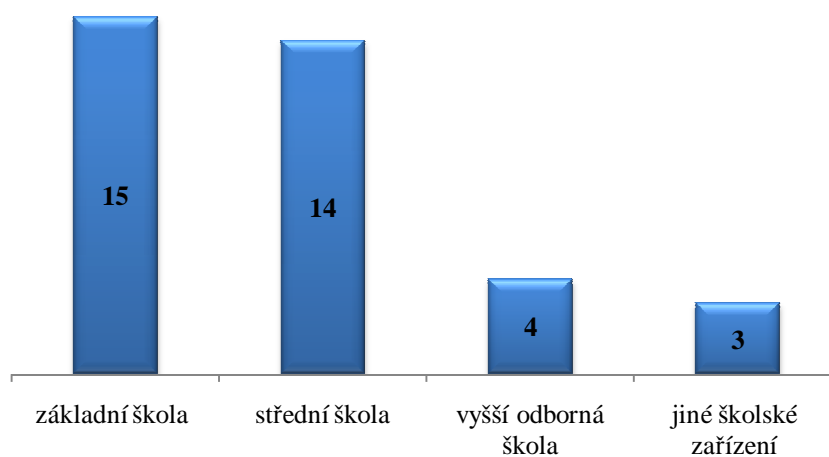
Graf: 7. Složení respondentů podle pracovního zařazení



zdroj: vlastní

V odpovědi jiná bylo uvedeno – učitelka pro 1. stupeň základní školy.

Graf: 8. Složení respondentů podle škol

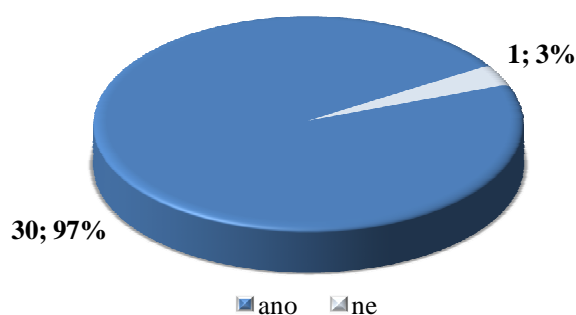


zdroj: vlastní

V odpovědích jiné školské zařízení bylo uvedeno – jazyková škola, univerzita třetího věku a pedagogicko-psychologická poradna.

Otázka číslo 1 zkoumala, zda klienti věděli co je finanční gramotnost před zahájením projektu. 97 % respondentů uvedlo, že před zahájením projektu věděli co je finanční gramotnost. Zbylé 3 % tvoří jeden dotazovaný, který nevěděl co je finanční gramotnost před přihlášením do projektu.

Graf: 9. Znalost klientu finanční gramotnosti před zahájením kurzu

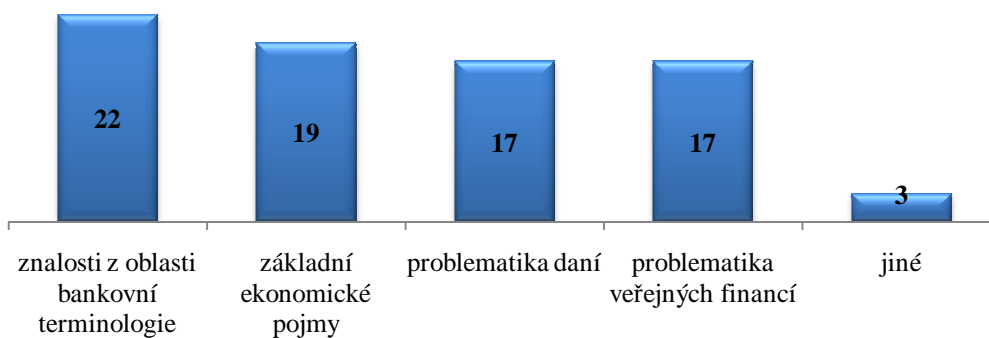


zdroj: vlastní

Otázka číslo 2 zjišťovala, zda klienti potřebují znalosti z oblasti finanční gramotnosti pro výkon svého povolání. Na tuto otázku odpověděli všichni respondenti jednotně. Všech třicet jedna dotazovaných uvedlo, že znalosti z oblasti finanční gramotnosti potřebují pro výkon svého povolání.

Otázka číslo 3 analyzovala očekávané znalosti klientů po absolvování kurzu z oblasti finanční gramotnosti. Nejvíce očekávají klienti načerpání znalostí z oblasti bankovní terminologie a znalosti základních ekonomických pojmů. Kromě dále nabízených odpovědí (problematika daní a problematika veřejných financí) by měli klienti zájem o získání znalostí ve vedení osobních financí – běžné účty, spořicí účty a hypotéky. Klienty by zajímala možnost investování a spoření. A také by uvítali nějaké informace o měně.

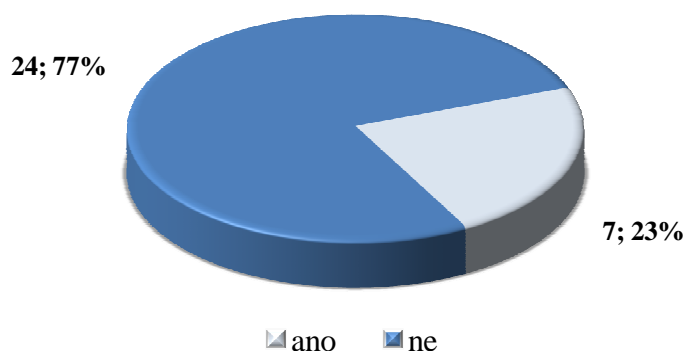
Graf: 10. Očekávané znalosti od projektu



zdroj: vlastní

Otázka číslo 4 zjišťuje kolik respondentů se již někdy zúčastnilo nějakého typu vzdělávání z oblasti finanční gramotnosti. Ze třiceti jedna dotazovaných se sedm klientů někdy účastnilo vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti. Zbýlých 77 % se neúčastnilo vzdělávání s problematikou finanční gramotnosti.

Graf: 11. Účast klientů na kurzu s problematikou finanční gramotnosti



■ ano ■ ne

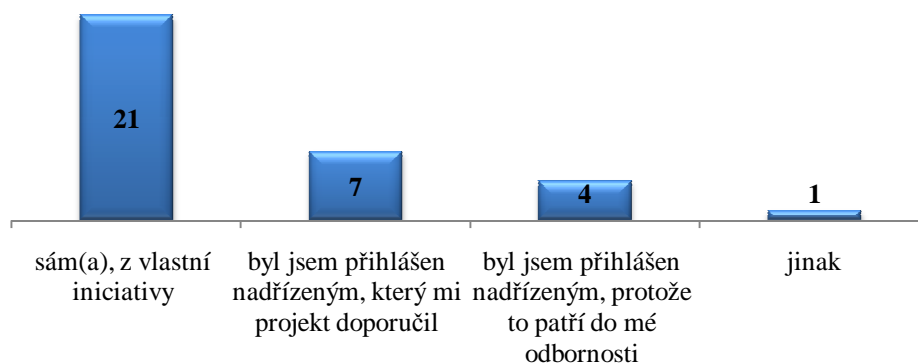
zdroj: vlastní

Otázka číslo 5 analyzuje, z jakého důvodu se přihlásili klienti do vzdělávacího programu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“. U této otevřené otázky sedm respondentů nevedlo odpověď. Hlavním důvodem pro přihlášení klientů byla možnost

získání a rozšíření znalostí v této oblasti. Druhým nejčastějším impulsem pro přihlášení bylo rozšíření znalostí pro výkon povolání. Dále se klienti přihlašovali do projektu, protože měli zájem o tuto problematiku, z důvodu sebevzdělávání a na doporučení nadřízeného nebo kolegy.

Otázka číslo 6 zjišťuje, zda se klienti do projektu přihlásili z vlastní iniciativy nebo byli přihlášení nadřízeným. Většina klientů se přihlásila sama z vlastní iniciativy. Tato většina tvoří 67,7 %. Jeden respondent uvedl, že se přihlásil s vlastní iniciativy na doporučení nadřízeného. Nadřízeným bylo přihlášeno 22,6 % klientů, který projekt doporučil. Jeden respondent uvedl odpověď, že byl přihlášený nadřízeným, který projekt doporučil, protože patří do jeho odbornosti. Dalších 12,9 % bylo přihlášeno nadřízeným, protože to patří do jejich kompetence.

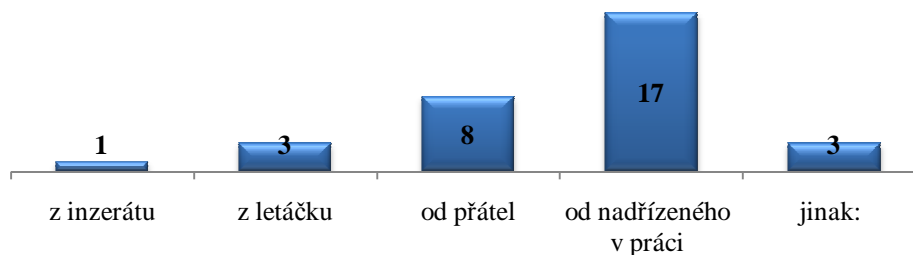
Graf: 12. Přihlášení klienti sami nebo nadřízeným



zdroj: vlastní

Otázka číslo 7 zkoumala, jak se klienti o projektu dozvěděli. Jeden klient se o projektu dozvěděl z inzerátu uveřejněného v novinách. Tři respondenti se o projektu dozvěděli z letáčku. Osm z dotazovaných získali informace o projektu od přátel. To tvoří 25,8 % klientů. Nejvíce lidí se o projektu dozvědělo od nadřízeného v práci. Tuto skupinu tvoří 17 klientů, což odpovídá 54,8 %. Zbývající klienti se o projektu dozvěděli e-mailovou nabídkou, která byla rozeslaná vedení základních a středních škol 10. dubna 2009.

Graf: 13. Způsob získání informací o projektu

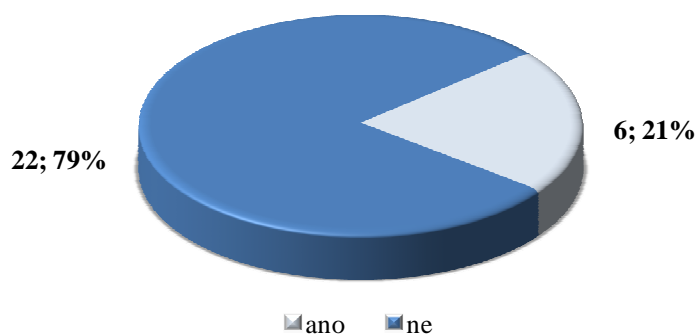


zdroj: vlastní

Otázka číslo 8 se dotazovala, zda se klienti někdy účastnili nějakého projektu realizovaného na Vyšší škole ekonomické Zlín. Z 31 dotazovaných se dosud žádný z nich neúčastnil projektu realizovaného na VOŠE Zlín.

Otázka číslo 9 analyzovala názor dotazovaných, zda si respondenti myslí, že je ve Zlínském kraji dostatek příležitostí ke vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti. Z vyhodnocení vyplývá, že většina respondentů zastává názor, že ve Zlínském kraji je málo příležitostí ke vzdělávání v problematice financí. S tímto názorem souhlasí 79 % dotazovaných. Šest klientů vnímá dostatek příležitostí ve Zlínském kraji ke vzdělávání v oblasti financí. Dva respondenti na danou otázku nevedli odpověď a jeden dotazovaný napsal k této otázce poznámku, že ji nedovede posoudit.

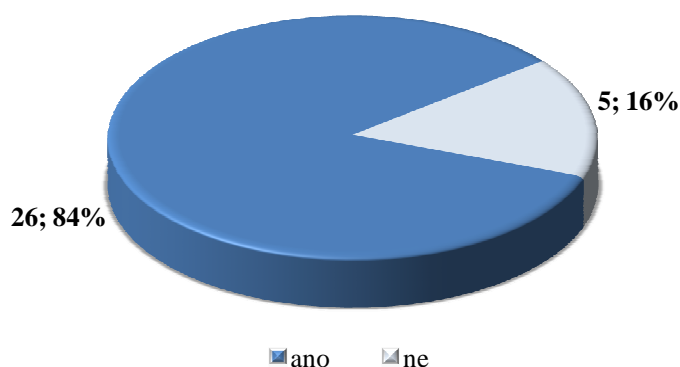
Graf: 14. Dostatek příležitostí



zdroj: vlastní

Otázka číslo 10 zjišťovala, jestli klienti mají možnost sebevzdělávání v rámci své pracovní doby. Z dotazovaných respondentů 84 % uvedlo, že mají možnost ve své pracovní době k sebevzdělávání. Pouze pět klientů odpovědělo záporně.

Graf: 15. Možnost sebevzdělávání v pracovní době

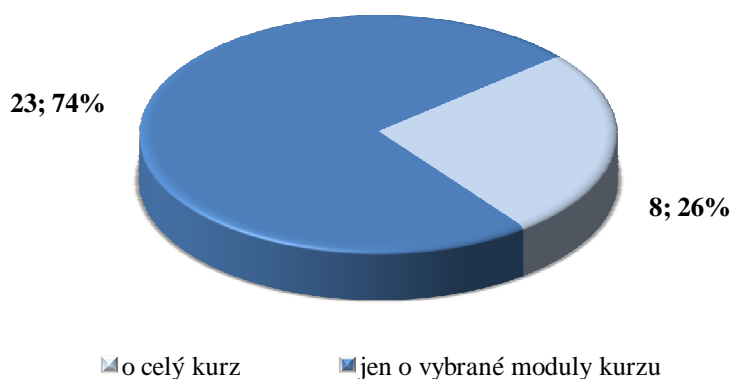


zdroj: vlastní

Otázka číslo 11 zkoumala, zda zaměstnavatel uvolňuje klienty pro další sebevzdělávání v projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“. 100 % respondentů odpovědělo kladně.

Otázka číslo 12 analyzovala, zda mají klienti zájem o celý kurz nebo jen o vybrané moduly kurzu. Z oslovených klientů by 26 % dotazovaných mělo zájem o absolvování celého kurzu. Zbylých 74 % respondentů má zájem o vybrané moduly. Většina z těchto klientů by se chtěla zúčastnit více modulů.

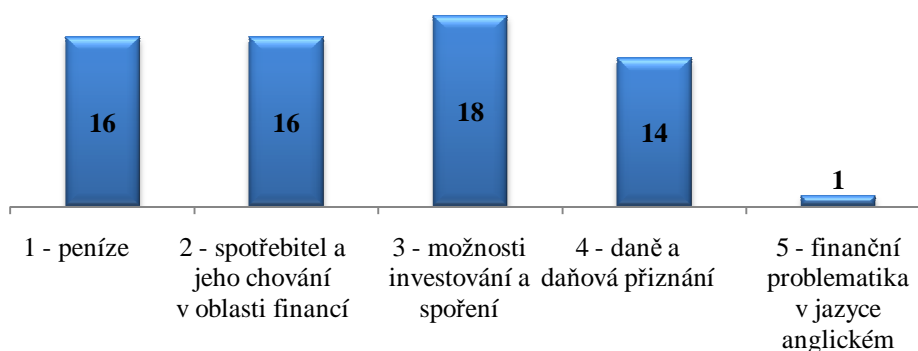
Graf: 16. Zájem o celý kurz nebo jen o vybrané moduly



zdroj: vlastní

Otázka číslo 13 zjišťovala u klientů, kteří chtějí absolvovat jen určité moduly, o které moduly mají zájem. Největší ohlas měl modul 3 – možnosti investování a spoření a nejmenší zájem byl o modul 5 – finanční problematika v jazyce anglickém.

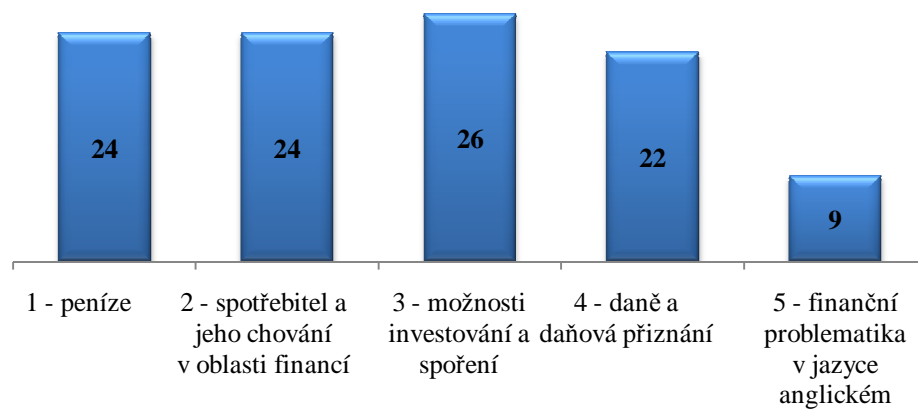
Graf: 17. Zájem jen o jednotlivé moduly



zdroj: vlastní

Tento graf je jen z respondentů, kteří mají zájem jen o vybrané moduly.

Graf: 18. Celkový zájem o moduly

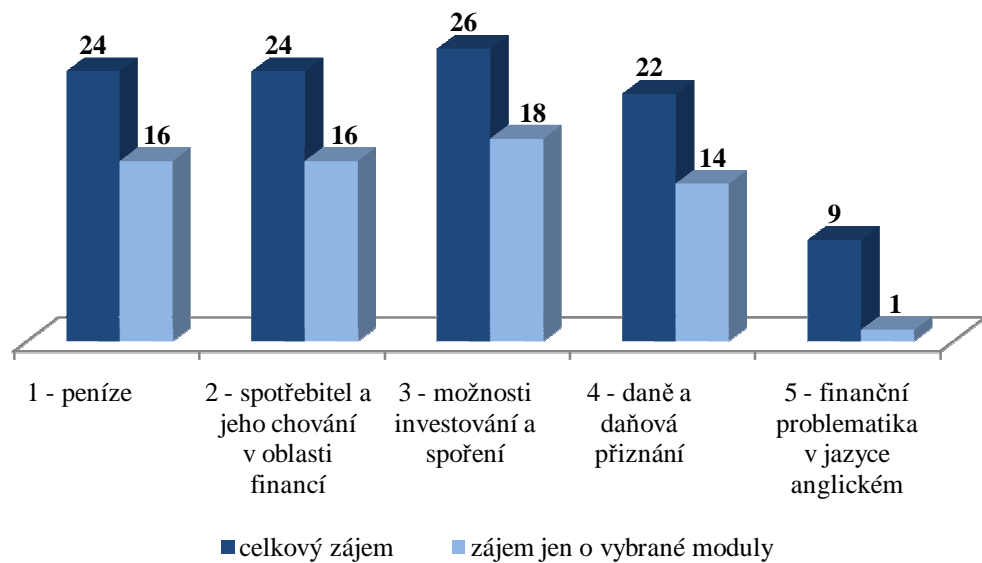


zdroj: vlastní

Tento graf je tvořen z odpovědí respondentů, kteří mají zájem o vybrané moduly i z odpovědí respondentů, kteří se chtějí zúčastnit celého kurzu.

Graf: 19. Celkový zájem o moduly

zájem klientů jen o jednotlivé moduly



zdroj: vlastní

Z celkového počtu respondentů vyplývá, že největší zájem je o modul 3. O tento modul má zájem 83,9 % respondentů. O modul 1 a 2 má zájem stejný počet dotazovaných – 77,4 %. O modul 4 projevilo zájem 71 % klientů, kteří odpovídali na tento dotazník. Nejmenší zájem 29 % byl o modul 5.

Otázka číslo 14 byla otevřená otázka pro návrhy a připomínky k projektu. Zde respondenti vyjádřili spokojenost s prezentací jednotlivých modulů i s obsahem modulu 1 (s dodatkem, že už se těší na další setkání). Respondenti neměli žádné návrhy a prozatím se jim forma i podání školení velmi líbila.

Uvedená analýza bude soužit k organizaci projektu, tak aby co nejlépe vyhovoval představám klientů a tím přispěl k jejich spokojenosti.

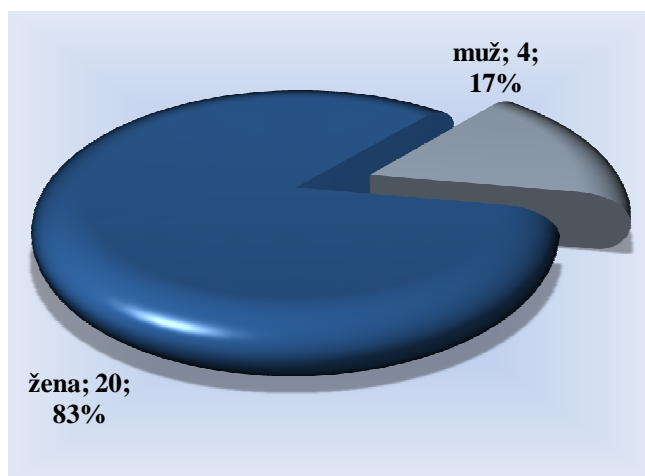
10.2 Analýza modulu 1 – PENÍZE

Vyhodnocení výzkumné sondy spokojenosti klientů s modulem 1 probíhalo pomocí dotazníku, který vyplňovali účastníci modulu 1. Tento dotazník dostali respondenti v místě konání projektu. Dotazník měl 21 otázek (z toho 4 identifikační) a vyplňovalo ho 24 respondentů.

Informace o respondentech:

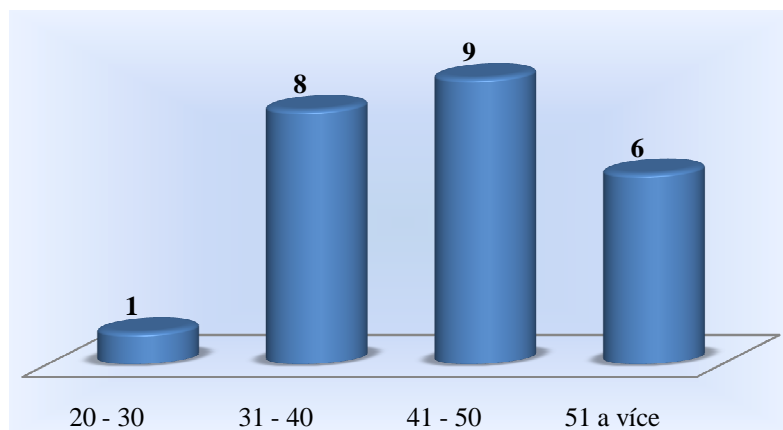
Tento dotazník vyplnilo 20 žen a 4 muži. Nejpočetnější věkovou skupinu tvořili klienti ve věku 41 -50 let a byla zastoupena 9 klienty Druhou největší věkovou kategorií byla skupina od 31 – 40 let. 92 % respondentů tvořili pedagogičtí pracovníci z 62,5 % ze základních škol.

Graf: 20. Složení respondentů
podle pohlaví



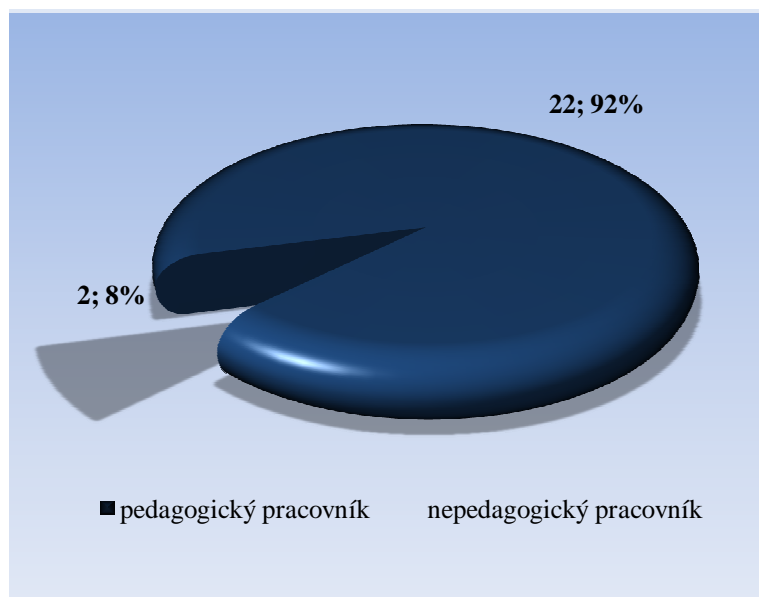
zdroj: vlastní

Graf: 21. Složení respondentů podle věku



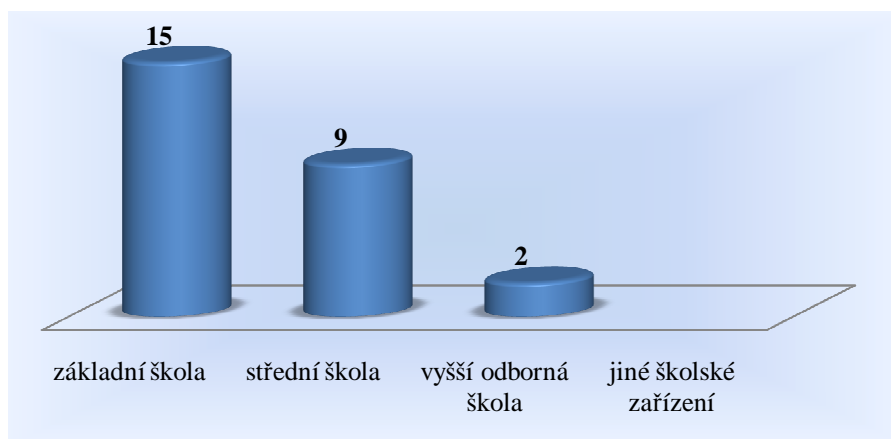
zdroj: vlastní

Graf: 22. Rozdělení respondentů na pedagogické a nepedagogické pracovníky



zdroj: vlastní

Graf: 23. Rozdělení respondentů podle škol

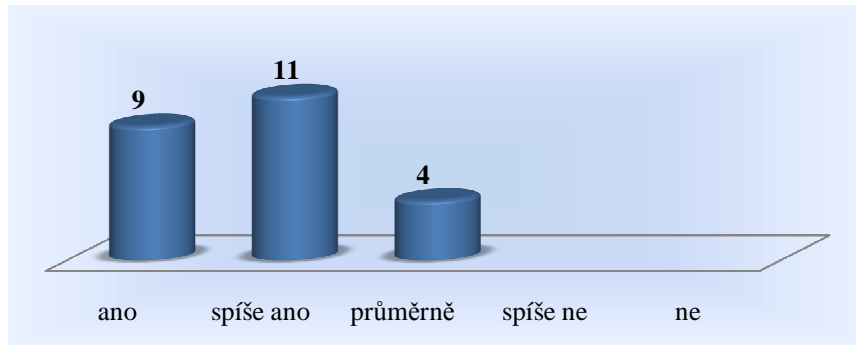


zdroj: vlastní

Otázka číslo 1. se týkala spokojenosti klientů s výběrem témat. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Z analýzy této otázky vyplývá, že žádný z klientů modulu 1 nebyl nespokojen. 37,5 % respondentů bylo s výběrem témat velmi

spokojeno. Nejvíce dotazovaných odpovědělo, že byli spokojeni (45,8 %). Zbývající 4 respondenti byli průměrně spokojeni.

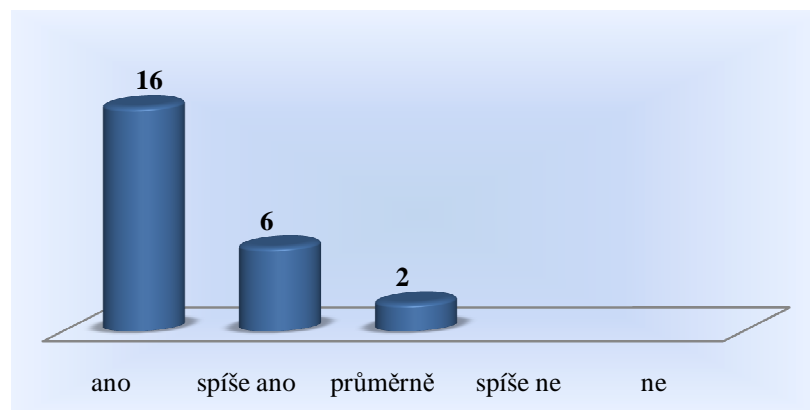
Graf: 24. Spokojenost s výběrem témat



zdroj: vlastní

Otázka číslo 2 informuje o spokojenosti klientů s používáním výukových materiálů v průběhu modulu 1. Klienti hodnotili tuto otázku opět pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Jedná se o tištěné materiály, ukázky studijních materiálů, materiály z webových stránek, případně grafické zpracování, apod. Respondenti nejvíce odpovídali, že jsou velmi spokojeni (66,7 %), spokojeno bylo 25 % a průměrně spokojeni byli 2 respondenti (8,3 %).

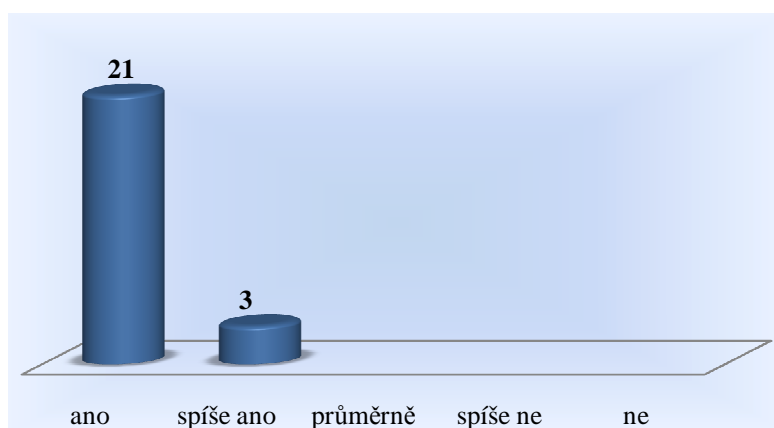
Graf: 25. Spokojenost s používáním výukových materiálů



zdroj: vlastní

Otázka číslo 3 zkoumá atmosféru ve skupině. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Většina zúčastněných (87,5 %) shledává atmosféru ve skupině jako velmi příjemnou a přátelskou. Takto odpovědělo 21 dotazovaných. Zbytek respondentů byli také s atmosférou ve skupině spokojeni. Opět nikdo z klientů neuvedl odpověď, že by byli nespokojeni nebo velmi nespokojeni.

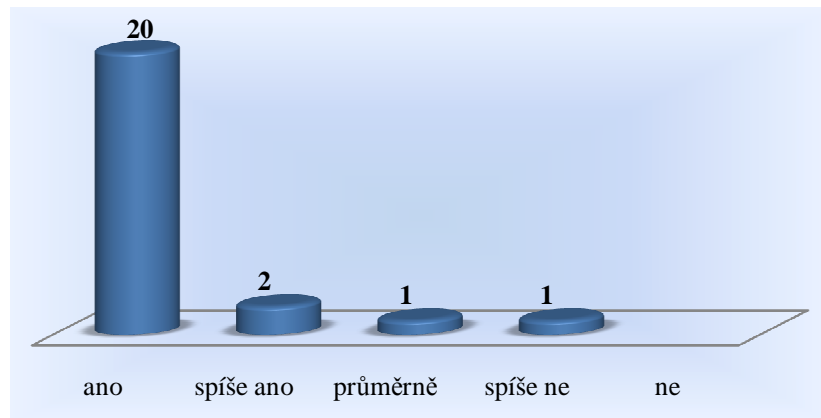
Graf: 26. Spokojenost s atmosférou ve skupině



zdroj: vlastní

Otázka číslo 4 zjišťovala, zda jsou klienti spokojeni s časem, ve kterém je realizován modul 1. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Většina klientů, která tvoří 85,3 % je velmi spokojena a čas konání modulu jim vyhovuje. 8,3 %, což tvoří 2 respondenti, uvedlo odpověď, že jsou spokojeni. 4,2 % (1 respondent) uvedl, že je průměrně spokojen. Pouze 1 respondent uvedl, že je spíše nespokojen.

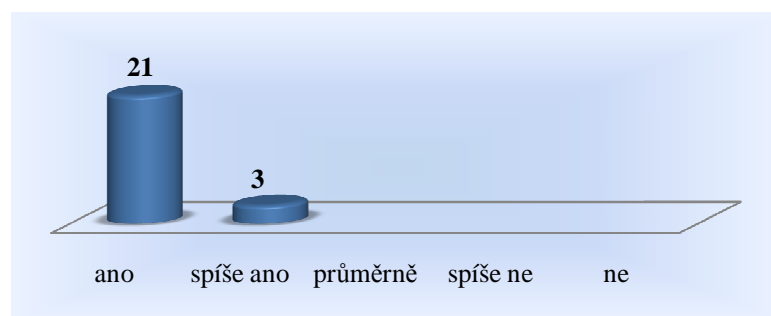
Graf: 27. Spokojenost s časem konání



zdroj: vlastní

Otázka číslo 5 analyzuje spokojenost klientů s místem, kde se koná vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Respondenti byli opět s výběrem místa pro realizaci seminářů velmi spokojeni (87,5 %). Pouze tři tazatelé uvedli odpověď, že jsou spokojeni (12,5 %).

Graf: 28. Spokojenost s místem konání



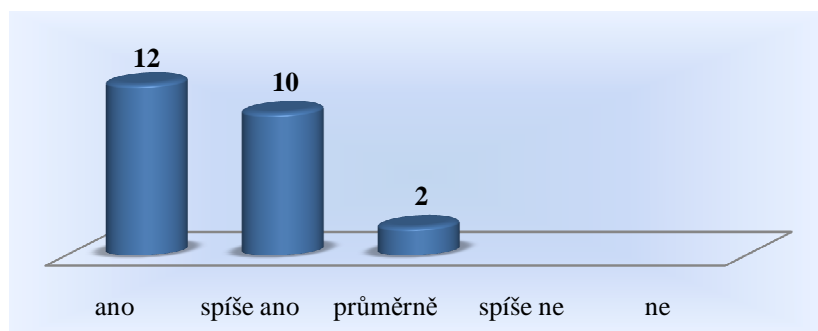
zdroj: vlastní

Otázka číslo 6 se ptala respondentů, zda modul odpovídal jejich představám. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Polovina respondentů, tedy 50 % uvedlo, že modul 1 velmi odpovídá jejich představám. Dalších 41,7 % zvolilo druhou

z nabízené varianty odpovědí, že modul spíše naplnil jejich představy. Pouze 2 respondenti (8,3 %) uvedli neutrální odpověď.

Součástí této otázky byly dvě otevřené podotázky. První z nich zjišťovala, v čem modul 1 klientům vyhovoval. Na tuto otázku odpovědělo 9 dotazovaných. Na modulu 1 klientům nejvíce vyhovují praktické příklady, aktuální informace, dostatek teorie. Dále přehledné přiblížení témat, vysvětlení ekonomických pojmů. Klienti oceňují dostupnost, obsah modulů, získání nových informací a také dobrou skupinu klientů. Klientům také vyhovuje přenesení teorie do praxe. Klientům se líbí, že celý projekt poskytuje souhrnné informace v oblasti finanční gramotnosti. Klienti také velice kladně hodnotí organizaci celého projektu a styl výuky. Druhá podotázka zkoumala, v čem modul 1 klientům naopak nevyhovoval. Zde odpověděli pouze tři dotazovaní. První uvedl, že mu modulu 1 nevyhovoval pro výběr témat, který nebyl příliš použitelný pro praktické využití ve vyučování pro učitele matematiky a občanské výuky základní školy. I druhá připomínka se týkala malého využití v praxi na základní škole. Třetí respondent uvedl, že zde bylo málo konkrétních příkladů a také poukázal na menší využitelnost ve školní praxi.

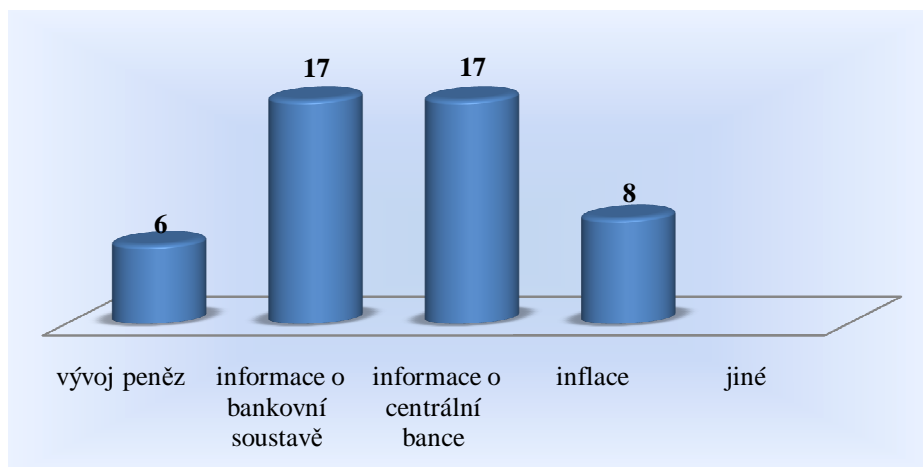
Graf: 29. Naplnění představ o modulu



zdroj: vlastní

Otázka číslo 7 ukazuje, jaké konkrétní informace byli pro klienty největším přínosem v modulu 1. 70,8 % respondentů uvedlo, že si nejvíce cení informací o bankovní soustavě a také informací o centrální bance. Pro klienty byly také přínosem získané znalosti o inflaci (33,3 %). Pro 6 dotazovaných (25 %) byly přínosem informace o vývoji peněz.

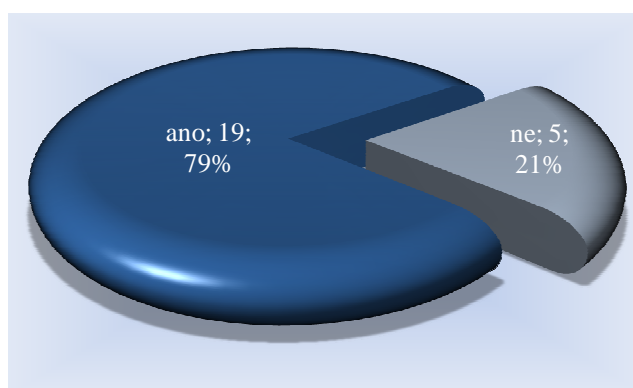
Graf: 30. Největší přínos informací



zdroj: vlastní

Otázka číslo 8 zjišťovala, zda tento kurz klientům poskytl všechny potřebné informace v tomto modulu. 79 % klientů vyjádřilo spokojenost s poskytnutými informacemi a se získáním všech potřebných informací. Pouze 5 dotazovaných uvedlo, že jim modul 1 neposkytl všechny informace, které potřebovali.

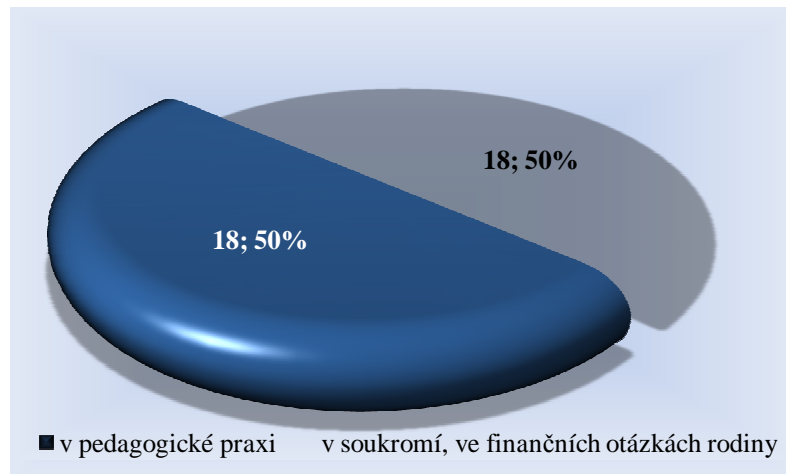
Graf: 31. Poskytnutí potřebných informací



zdroj: vlastní

Otázka číslo 9 se zabývá využitelností získaných informací. 50 % respondentů využije znalosti ve své pedagogické praxi. Stejný počet respondentů uvedl, že získané informace využijí v soukromí, ve finančních otázkách rodiny.

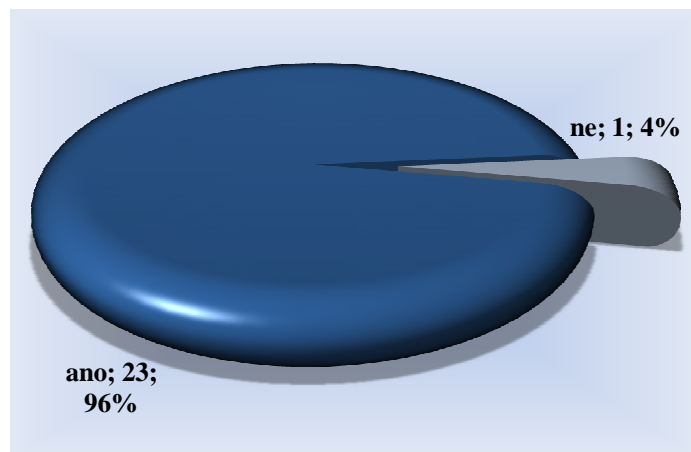
Graf: 32. Využití získaných informací



zdroj: vlastní

Otázka číslo 10 zkoumá, kolik klientů bylo modulem spokojeno a zda by ho doporučili kolegům, známým nebo kamarádům. 96 % dotázaných bylo s modulem spokojeno a dále by jej doporučili. Pouze jedna odpověď byla záporná.

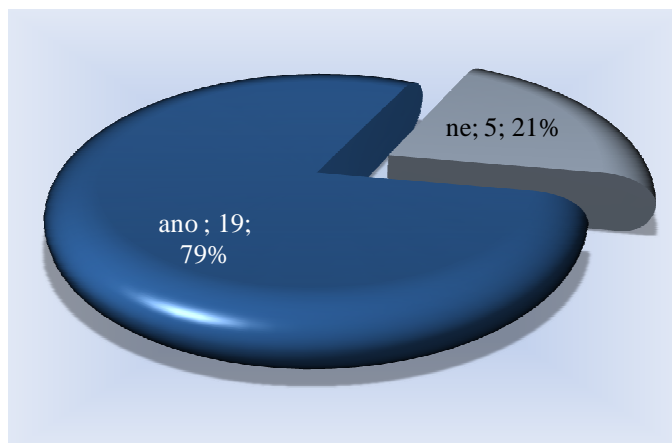
Graf: 33. Doporučení modulu



zdroj: vlastní

Otázka číslo 11 poukazuje zájem klientů o pokračování modulu, 19 klientů (79 %) by uvítalo pokračování tohoto modulu. O pokračování vzdělávání v modulu 1 nemá zájem 5 klientů (21 %).

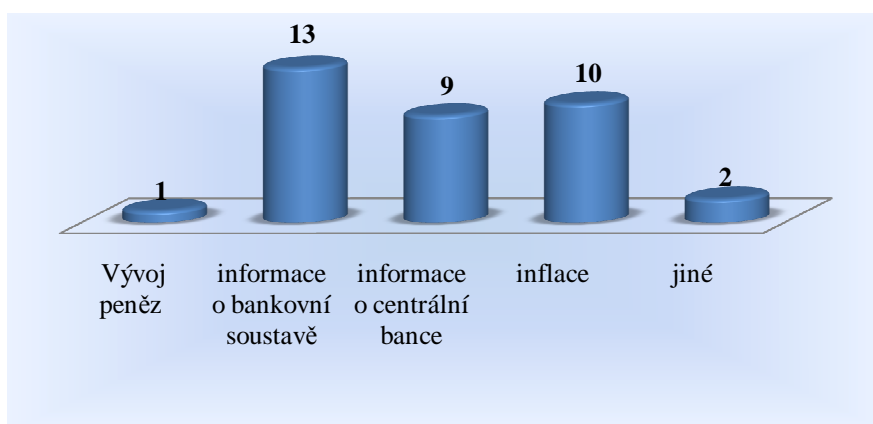
Graf: 34. Zájem o další pokračování modulu č. 1



zdroj: vlastní

Klienti, kteří vyjádřili zájem o pokračování modulu 1 dále specifikovali, jaké informace chtějí ještě získat. Z odpovědí klientů, kteří by chtěli pokračovat ve vzdělávání v rámci modulu 1, vyplývá, že největší zájem o informace v oblasti bankovní soustavy (68,4 %). Klienti by také uvítali další znalosti o inflaci (53,5 %). Klienti by si také rádi rozšířili znalosti o centrální bance (47,4 %). Pouze jeden respondent uvedl, že by měl zájem o rozšíření vědomostí o vývoji peněz. Dva dotazovaní zvolili variantu jiné možnosti, ve které vyslovili přání získat informace o státním rozpočtu a odůsledku finanční krize.

Graf: 35. Specifikování informací pro pokračování

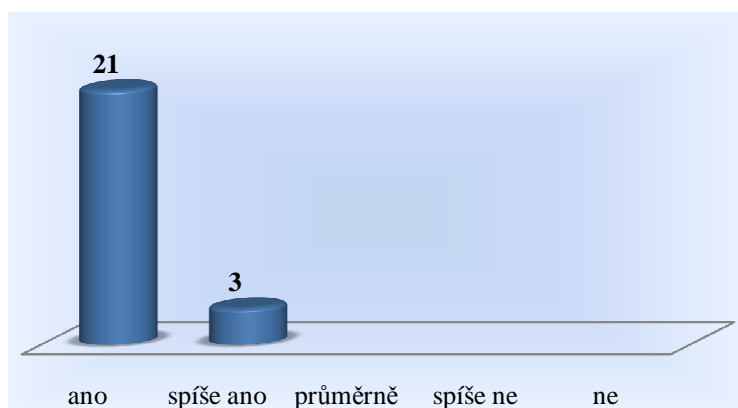


zdroj: vlastní

Otázky číslo 13 – 16 hodnotí vyučujícího lektora – Modul 1 vyučovala Ing. Hana Šedová Ph.D.. Klienti hodnotili tyto otázky pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení).

Otázka číslo 13 hodnotí projev lektora. 21 účastníků modulu 1 bylo velmi spokojeno s projevem lektora. Tato skupina představuje 87,5 % dotázaných. Zbylí 3 respondenti (12,5 %) byly také spokojeni. Nikdo z klientů nebyl nespokojen s projevem vyučujícího.

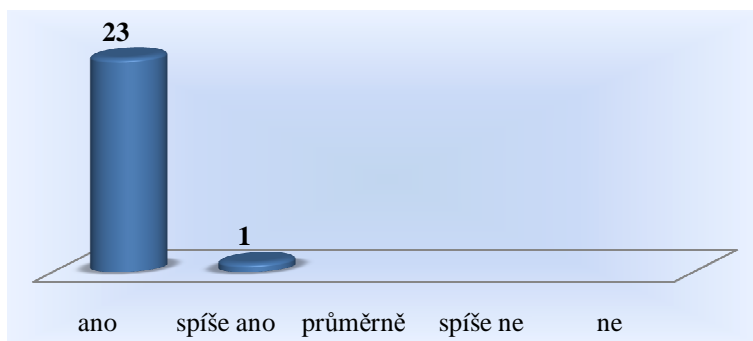
Graf: 36. Spokojenost s projevem lektora



zdroj: vlastní

Otázka číslo 14 zjišťuje spokojenost klientů s lektorem po odborné stránce. Zde se respondenti vyjádřili, že byli velmi spokojeni a to v 95,8 %. Zbývající procenta představuje jeden klient, který uvedl druhou možnou variantu odpovědi a to, že je spokojen. Nikdo z klientů nebyl výrazně nespokojen.

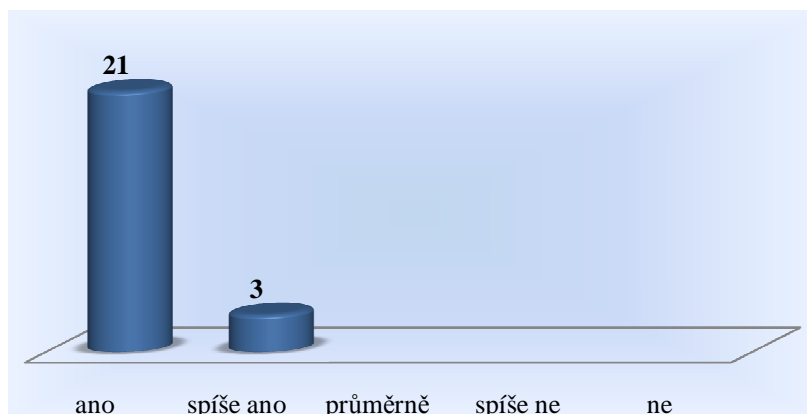
Graf: 37. Spokojenost s lektorem po odborné stránce



zdroj: vlastní

Otázka číslo 15 vyjadřuje spokojenost klientů s používáním praktických informací ve výuce. 21 účastníků modulu 1 bylo velmi spokojeno s používáním praktických informací ve výuce, což reprezentuje 87,5 % klientů. Zbylí 3 respondenti (12,5 %) byly také spokojeni. Nikdo z klientů nebyl nespokojen s projevem vyučujícího.

Graf: 38. Spokojenost s používáním praktických informací



zdroj: vlastní

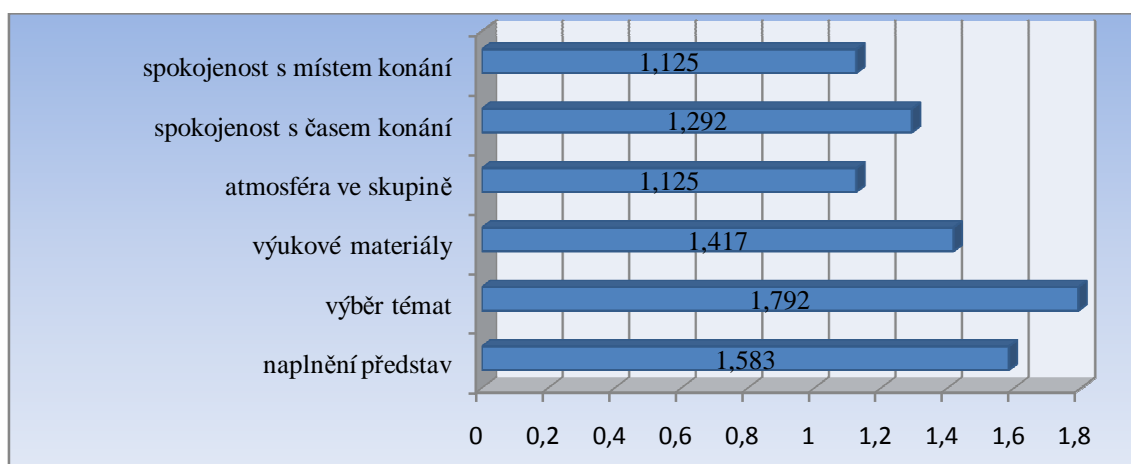
Otázka číslo 16 zkoumá ochotu lektora odpovídat na dotazy klientů. Zde všichni klienti odpověděli, že vyučující byl vždy velmi ochoten zodpovědět každý dotaz.

Otázka číslo 17 byla otevřená a dávala možnost, aby se klienti vyjádřili k vyučujícímu lektorovi. Zde mohli napsat své připomínky a také odůvodnit případné nízké hodnocení

lektora. U této otázky klienti necítili potřebu sdělovat nějaké připomínky vzhledem ke kladnému hodnocení lektora.

Z celkového hodnocení (opět bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení) uvedeného dotazníku vyplývá, že výsledné hodnocení modulu je velmi příznivé. K jednotlivým odpovědím byly přiděleny patřičné váhy a jejich součet se pak vydělil počtem respondentů. Protože klienti oznámkovali svoji spokojenost na stupnici 1 až 5 byly pak výsledky v rozmezí 1,125 – 1,792. Tato hodnota lze vyjádřit slovním hodnocením tak, že klienti byli převážně velmi spokojeni, spokojeni a že klienti nebyli ani s jedním z uvedených kritérií nespokojeni. Tato skutečnost je velice pozitivní pro celý tým, který se na realizaci projektu podílí.

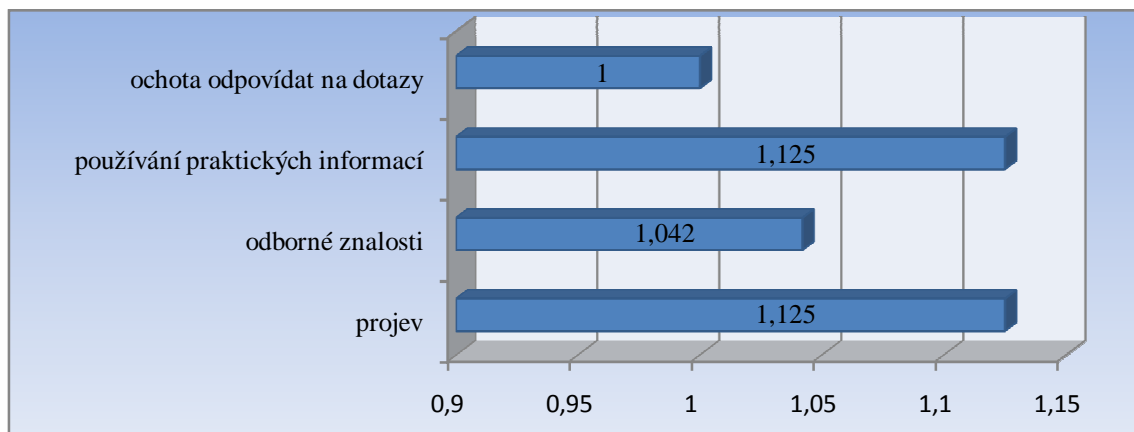
Graf: 39. Celkové hodnocení modulu 1



zdroj: vlastní

Z celkového hodnocení (opět bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení) lektora, vyplývá také převážná velká spokojenost klientů. Především u ochoty odpovídat na dotazy je vidět 100 % spokojenost. Velmi příznivé je celkové ohodnocení lektora, které se pohybuje v rozmezí od 1 – 1,125.

Graf: 40. Celkové hodnocení lektora



zdroj: vlastní

Analýza spokojenosti klientů je důležitou součástí projektové činnosti. Informace získané touto analýzou budou využity ke spokojenosti klientů projektu při případném pokračování tohoto modulu. Také mohou být cenné pro další realizovanou projektovou činnost.

Test z modulu 1

Test ze vzdělávacího modulu č. 1 byl vypracován lektorem kurzu paní Ing. Hanou Šedovou Ph.D.. Tento test měl ověřit znalosti klientů získané v modulu č. 1. Test obsahoval 40 otázek. Test vyplnilo celkem 19 klientů, kteří zodpověděli správně v průměru 36,4 otázek, tj. 91,1 % úspěšnost. Tyto výsledky jsou velice uspokojivé a ukazují, že lektor velice dobře klientům přiblížil danou oblast finanční gramotnosti. Tento test dokazuje, že modul 1 byl přínosem pro absolventy projektu. Výsledky testu lze označit za úspěch, protože klienti projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ si osvojili 91,1 % probírané látky.

27 otázek zodpovědělo všech 19 klientů správně. Otázky číslo 2, 3, 4, 5, 7, 8, 13, 15, 16, 17, 18, 20, 22, 23, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 a 39 nečinily klientům

žádný problém. Nejčastěji se chybovalo v otázce 24. Tuto otázku správně nezodpověděl žádný klient. Druhý nejvyšší počet chyb byl zaznamenán u otázky 19, kde chybovalo 14 klientů, což je 73,7 % absolventů. U většiny však odpovědi nebyly chybné, byly pouze neúplné. Pouze 3 klienti otázku nezodpověděli vůbec. Třetí otázkou s největším výskytem chyb byla otázka č. 1. Zde se chyby dopustilo 47,4 % dotazovaných. V otázce 6 chybovalo 31,6 % absolventů a v otázce 38 chybovalo 5 klientů. Ve zbývajících otázkách nechybovali více než 3 vyplňující, tj. maximálně 15,8 %.

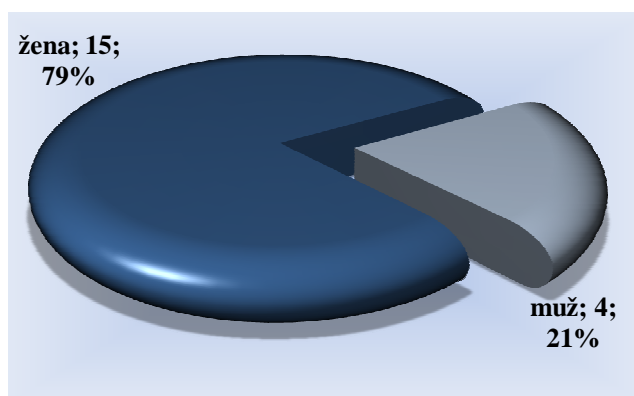
10.3 Analýza modulu 2 – Spotřebitel a jeho chování v oblasti financí

Vyhodnocení výzkumné sondy spokojenosti klientů s modulem 2 probíhalo pomocí dotazníku, který vyplňovali klienti, kteří se účastnili modulu 2. Tento dotazník dostali respondenti v místě konání projektu. Dotazník měl 21 otázek (z toho 4 identifikační) a vyplňovalo ho 19 respondentů.

Informace o respondentech:

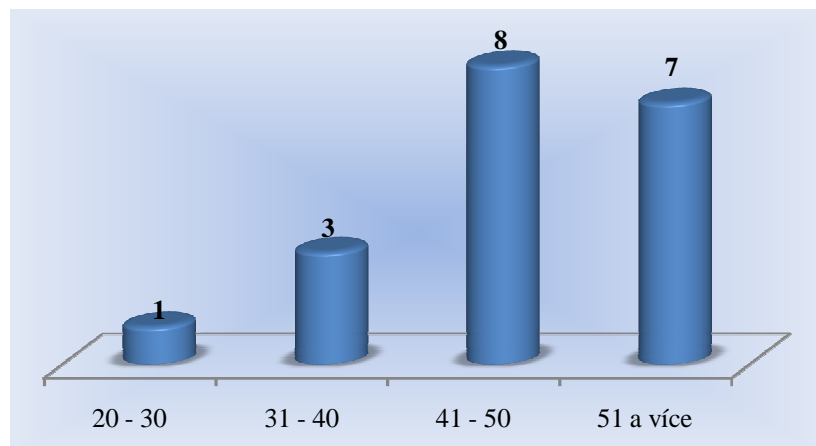
Tento dotazník vyplnilo 15 žen a 4 muži. Nejpočetnější věkovou skupinu tvořili klienti ve věku 41 -50 let a byla zastoupena 8 klienty. Druhou největší věkovou kategorií se stala skupina 51 a více let. 95 % respondentů tvořili pedagogičtí pracovníci z 57,9 % ze základních škol.

*Graf: 41. Složení respondentů
podle pohlaví*



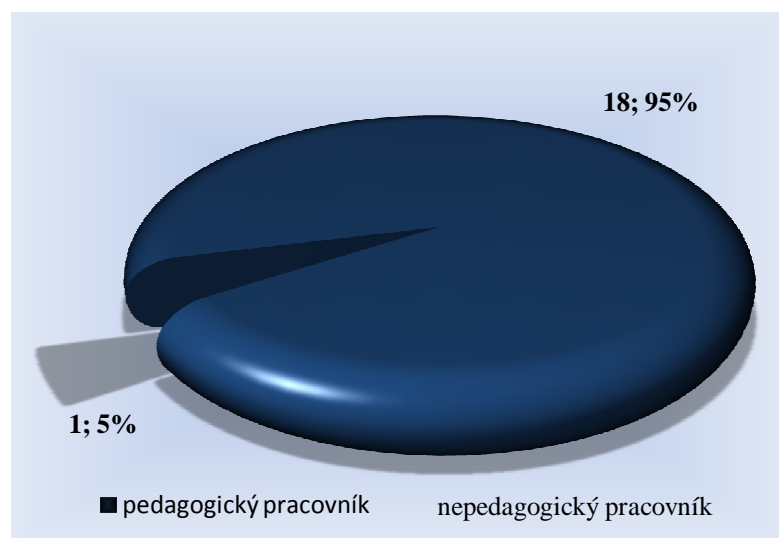
zdroj: vlastní

Graf: 42. Složení respondentů podle věku



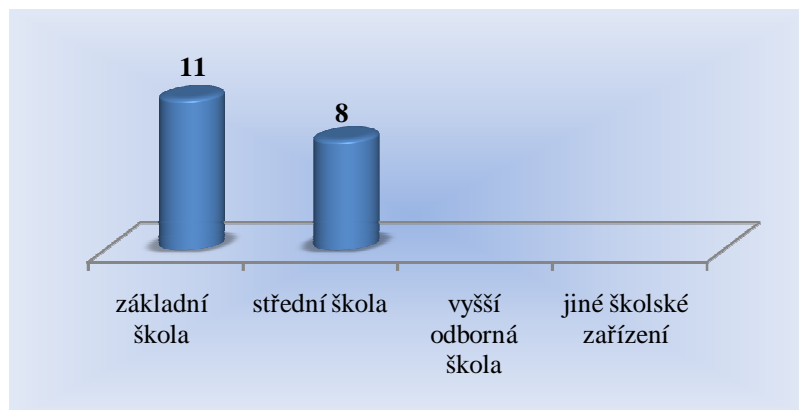
zdroj: vlastní

Graf: 43. Rozdělení respondentů na pedagogické a nepedagogické pracovníky



zdroj: vlastní

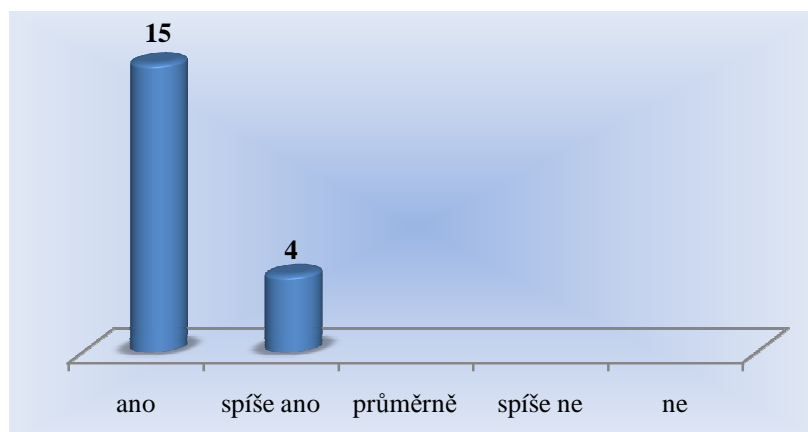
Graf: 44. Rozdělení respondentů podle škol



zdroj: vlastní

Otázka číslo 1 se zabývala spokojeností klientů s výběrem témat. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Z analýzy této otázky vyplývá, že žádný z klientů modulu 2 nebyl nespokojen. Celých 78,9 % respondentů bylo s výběrem témat velmi spokojeno. Zbývající respondenti uvedli, že jsou spokojeni (21,1 %).

Graf: 45. Spokojenost s výběrem témat

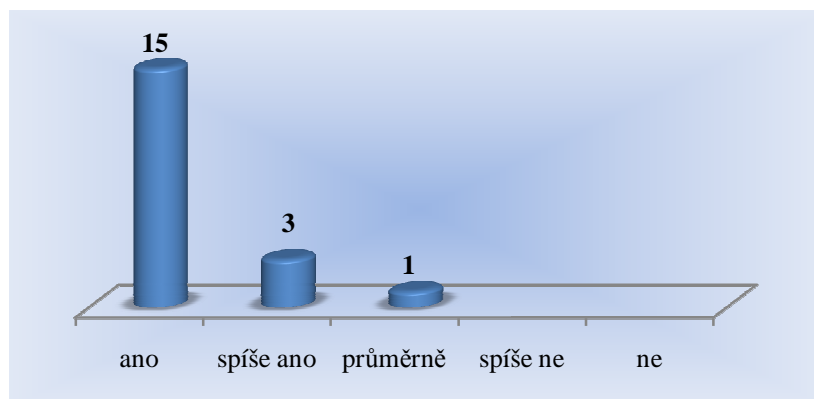


zdroj: vlastní

Otázka číslo 2 zjišťovala spokojenost klientů s používání výukových materiálů v průběhu modulu 2. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Jednalo se

o tištěné materiály, ukázky studijních materiálů, materiály z webových stránek, případně grafické zpracování problematiky, apod. Respondenti nejvíce odpovídali, že jsou velmi spokojeni (78,9 %), spokojeno bylo 15,8 % a průměrně spokojen byl pouze jeden dotazovaný (5,3 %).

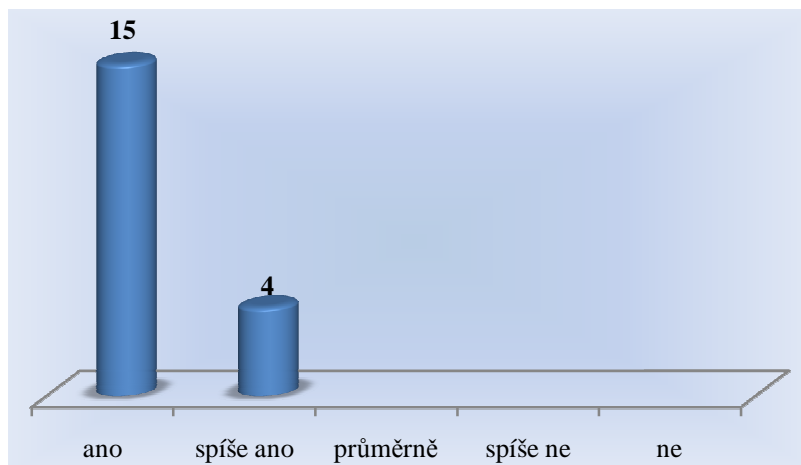
Graf: 46. Spokojenost s používáním výukových materiálů



zdroj: vlastní

Otázka číslo 3 informuje o atmosféře ve skupině. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Většina zúčastněných (78,9 %) popisuje atmosféru ve skupině jako velmi příjemnou a přátelskou. Takto odpovědělo 15 dotazovaných. Zbývající klienti (4 respondenti, 21,1 %) byli s atmosférou ve skupině spokojeni. Opět nikdo z klientů neuvedl odpověď, že by byli nespokojeni nebo velmi nespokojeni.

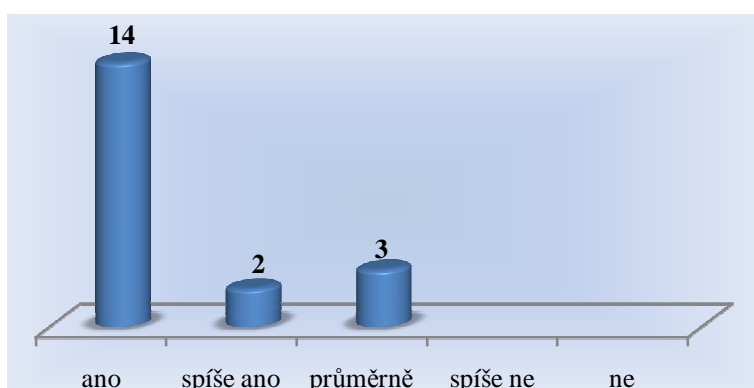
Graf: 47. Spokojenost s atmosférou ve skupině



zdroj: vlastní

Otázka číslo 4 analyzuje, jak klientům vyhovoval čas, ve kterém je realizován modul 2. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Většina klientů, která tvoří 73,7 % je velmi spokojena a čas konání modulu jim vyhovuje. Tuto skupinu tvoří 14 dotázaných. Dále 2 respondenti (10,5 %), uvedli odpověď, že jsou spíše spokojeni. 15,8 % (3 respondenti) uvedli, že jsou průměrně spokojeni.

Graf: 48. Spokojenost s časem konání

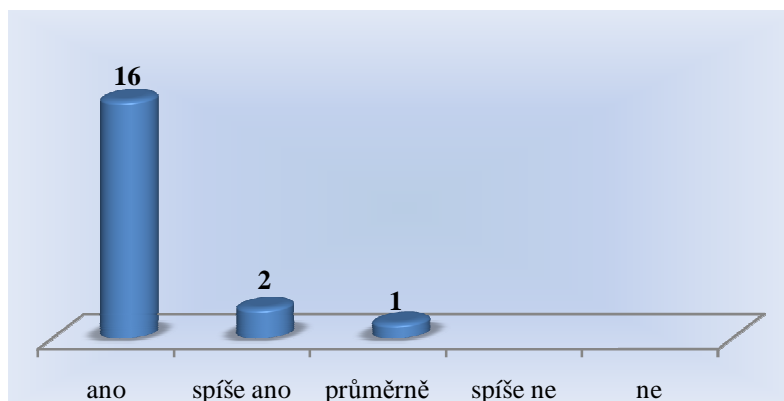


zdroj: vlastní

Otázka číslo 5 ukazuje spokojenost klientů s místem, kde se koná vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5

(hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). Respondenti byli opět s výběrem místa pro realizaci seminářů velmi spokojeni (84,2%). Pouze 2 tazatelé uvedli odpověď, že jsou spokojeni (10,5%). Jeden klient uvedl neutrální odpověď.

Graf: 49. Spokojenost s místem konání

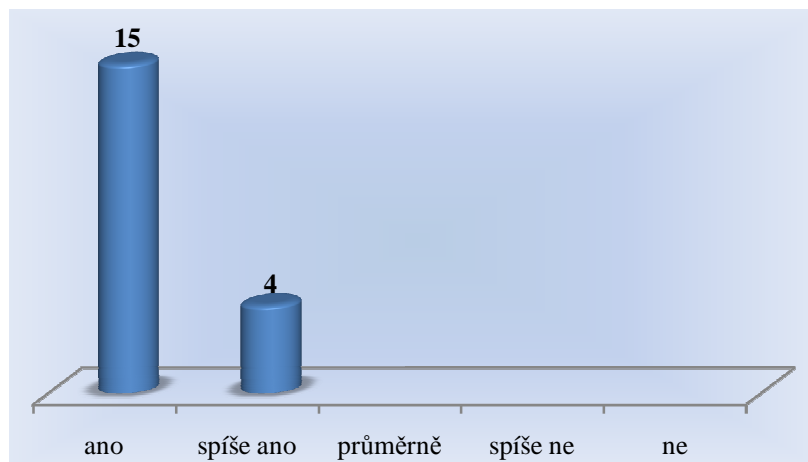


zdroj: vlastní

Otázka číslo 6 zjišťovala u respondentů, zda modul 2 odpovídal jejich představám. Klienti hodnotili tuto otázku pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení). 15 respondentů, tedy 78,9 % uvedlo, že modul 1 velmi odpovídá jejich představám. 21,1 % zvolilo druhou z nabízené možnosti odpovědí, že modul spíše naplnil jejich představy.

Součástí této otázky byly také dvě otevřené podotázky. První z nich zjišťovala, v čem modul 2 klientům vyhovoval. Na tuto otázku odpověděl 1 z dotazovaných. Na modulu 2 se mu nejvíce líbily zajímavé konkrétní příklady.

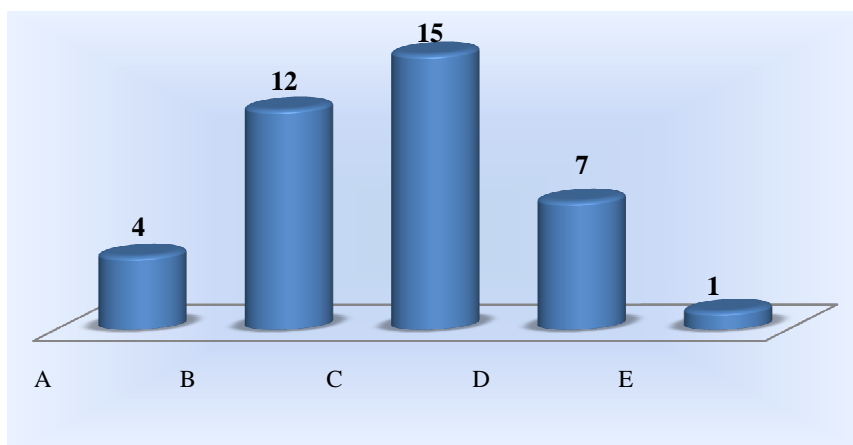
Graf: 50. Naplnění představ o modulu



zdroj: vlastní

Otázka číslo 7 zkoumá, které konkrétní informace byli pro klienty největším přínosem v modulu 2. 78,9 % respondentů uvedlo, že si nejvíce cení informací o ochraně spotřebitele 12 klientů (63,2 %) kladně oceňuje získané znalosti o rodinném rozpočtu a státním rozpočtu. Přínosem pro 36,8 % respondentů byly znalosti z oblasti chování spotřebitele a poptávce. Pro 4 klienty byly také přínosem získané znalosti ekonomie. Jeden respondent považoval za přínos jiné získané informace.

Graf: 51. Největší přínos informací

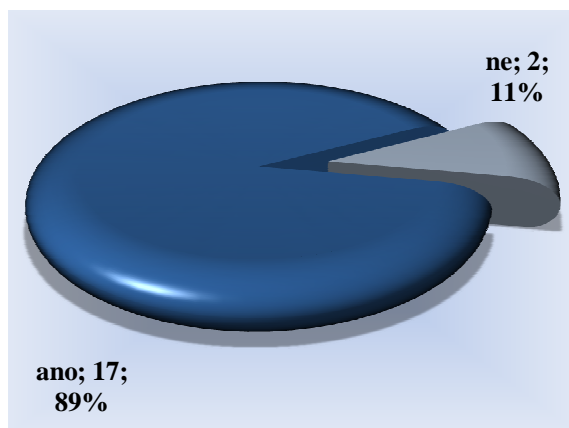


A = ekonomie jako věda,
B = informace o rodinném rozpočtu, státním rozpočtu
C = informace o ochraně spotřebitele
D = chování spotřebitele, poptávka
E = jiné

zdroj: vlastní

Otázka číslo 8 zjišťovala, zda tento kurz klientům nabídl všechny potřebné informace v tomto modulu. S poskytnutými informacemi bylo spokojeno 89 %, kteří také uvedli, že získali všechny potřebné informace. Pouze 2 respondenti uvedli, že jim modu 2 neposkytl všechny informace, které potřebovali.

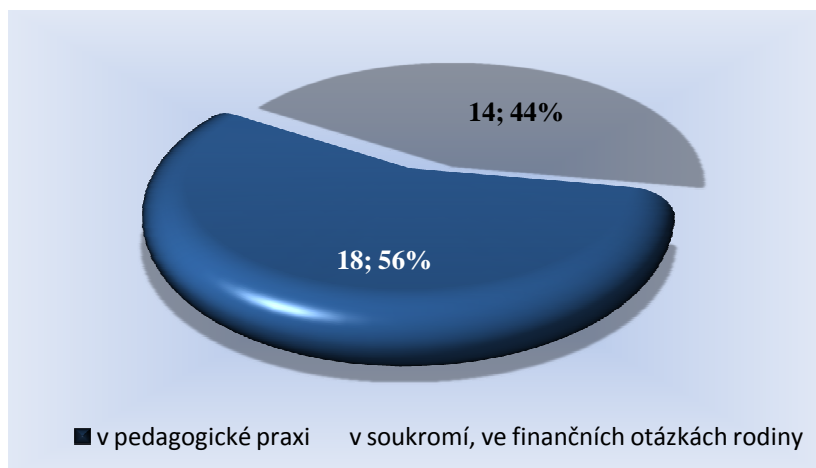
Graf: 52. Poskytnutí potřebných informací



zdroj: vlastní

Otázka číslo 9 se zabývá využitelností získaných informací. 18 klientů což je 56 % respondentů využije znalosti ve své pedagogické praxi. 44 % respondentů získané informace využijí v soukromí, ve finančních otázkách rodiny.

Graf: 53. Využití získaných informací

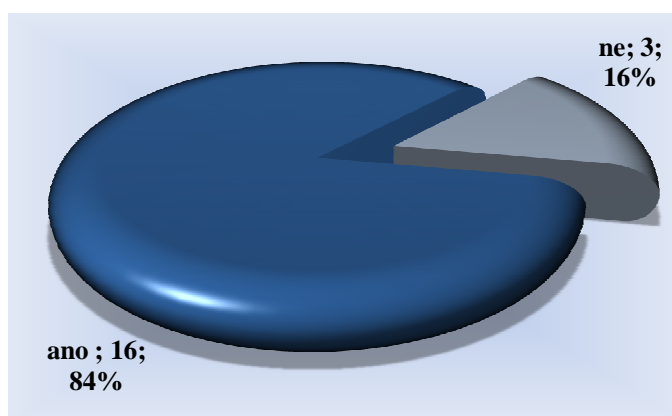


zdroj: vlastní

Otázka číslo 10 informuje, kolik klientů bylo s modulem 2 spokojeno a zda by ho doporučili kolegům, známým nebo kamarádům. Tady všichni klienti vyjádřili spokojenost a tento modul by dále doporučili.

Otázka číslo 11 informuje o zájmu klientů s pokračování modulu. Ze všech dotazovaných by 16 klientů (84 %) uvítalo pokračování tohoto modulu. O pokračování vzdělávání v modulu 2 nemají zájem 3 klienti (16 %).

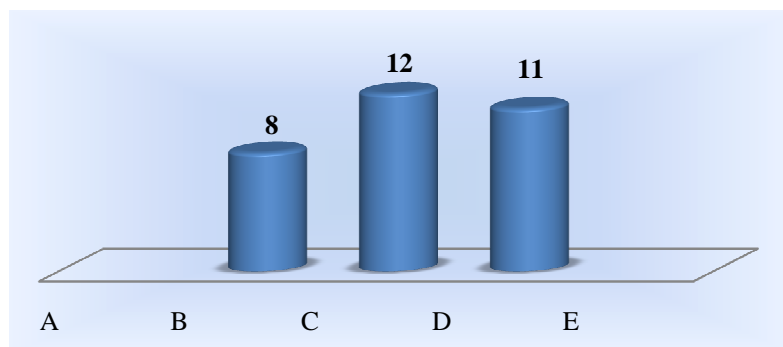
Graf: 54. Zájem o další pokračování moduluč.2



zdroj: vlastní

Klienti dále specifikovali, jaké informace chtějí získat v případném pokračování modulu 2. Z odpovědí klientů, kteří by chtěli pokračovat ve vzdělávání v rámci modulu 2, vyplývá největší zájem o informace o ochraně spotřebitele (63,2 %). Klienti by také uvítali další znalosti o chování spotřebitele, poptávce a užitečích (57,9 %). Klienti by si také rádi více rozšířili znalosti o rodinném rozpočtu a státním rozpočtu (42,1 %).

Graf: 55. Specifikování informací pro pokračování



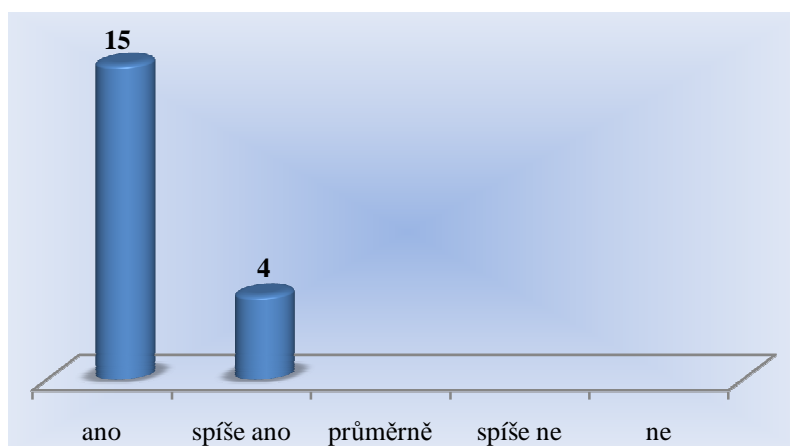
A = ekonomie jako věda, její části a problémy
 B = informace o rodinném rozpočtu, státním rozpočtu
 C = informace o ochraně spotřebitele
 D = chování spotřebitele, poptávka, užitky
 E = jiné

zdroj: vlastní

Otázky číslo 13 – 16 hodnotí vyučujícího lektora – Modul 2 vyučovala Ing. Petra Hanáková. Klienti hodnotili tyto otázky pomocí pětistupňové škály od 1 do 5 (hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení).

Otázka číslo 13 hodnotí projev lektora. 15 účastníků modulu 2 což je 79,9 % bylo velmi spokojeno s projevem lektora. Zbývá 4 respondenti (21,1 %) byly také spokojeni. Nikdo z klientů nebyl nespokojen s projevem vyučujícího.

Graf: 56. Spokojenost s projevem lektora

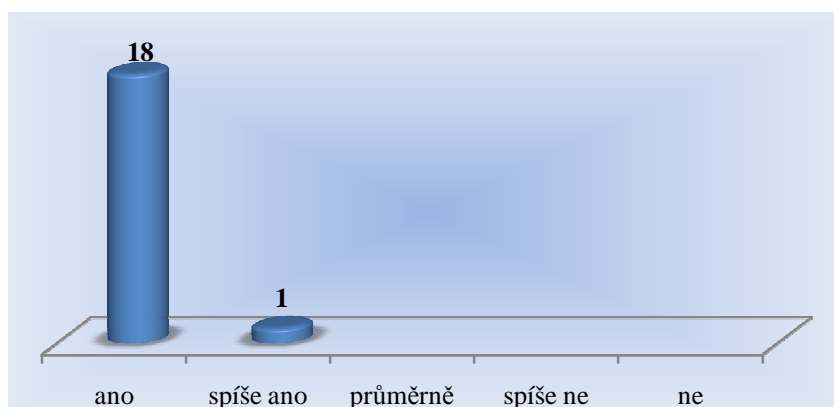


zdroj: vlastní

Otázka číslo 14 informuje o spokojenosti klientů s lektorem po odborné stránce. Zde se respondenti vyjádřili, že byli na 100 % velmi spokojeni. Nikdo z klientů nebyl opět nespokojen.

Otázka číslo 15 ukazuje spokojenost klientů s používáním praktických informací ve výuce. 18 účastníků modulu 2 bylo velmi spokojeno s používáním praktických informací ve výuce. Tato skupina tvoří 94,7 %. Zbývá procenta tvoří jeden respondent, který byl spíše spokojen. Nikdo z klientů nebyl nespokojen s projevem vyučujícího.

Graf: 57. Spokojenost s používáním praktických informací



zdroj: vlastní

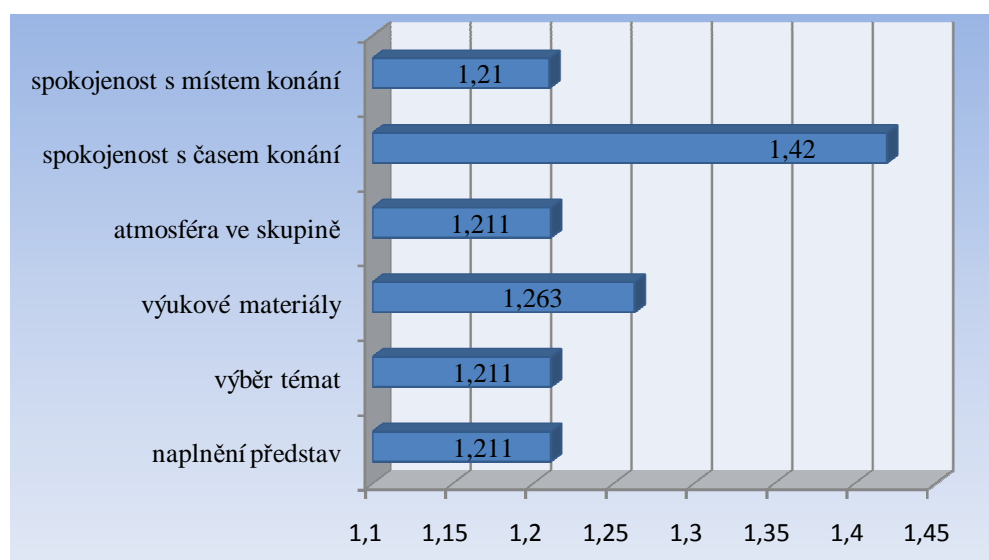
Otázka číslo 16 se zabývala spokojeností klientů s ochotou lektora odpovídat na položené dotazy. Zde se respondenti shodli, že byli velmi spokojeni a to na 100%. Nikdo z klientů nebyl opět nespokojen.

Otázka číslo 17 byla otevřená a dávala možnost, aby se klienti vyjádřili k vyučujícímu lektorovi. Zde mohli napsat své připomínky a také odůvodnit případné nízké hodnocení lektora. U této otázky jeden klient vyjádřil lektorovi poděkování.

Z celkového hodnocení (opět bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení) uvedeného dotazníku vyplývá, že výsledné hodnocení modulu 2 je

velmi příznivé. K jednotlivým odpovědím byly přiděleny patřičné váhy a jejich součet se pak vydělil počtem respondentů. Protože klienti oznámkovali svoji spokojenost na stupnici 1 až 5, pohybovaly se výsledky v rozmezí 1,21 – 1,42. Což lze charakterizovat slovním hodnocením tak, že klienti byli převážně velmi spokojeni, spokojeni a klienti nebyli ani s jedním z uvedených kritérií nespokojeni. Tato skutečnost velmi potěšila celý tým, který se na realizaci projektu podílí.

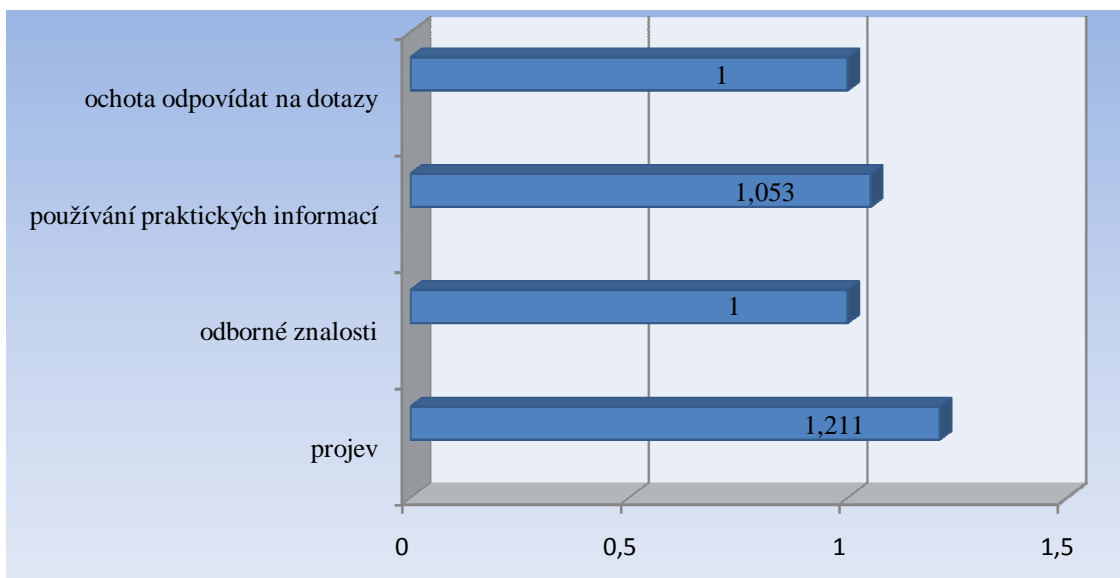
Graf: 58. Celkové hodnocení modulu 2



zdroj: vlastní

Z celkového hodnocení (opět bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5 nejhorší hodnocení) lektora, vyplývá převážná velká spokojenost klientů. Především u ochoty odpovídat na dotazy a u hodnocení odborných znalostí je vidět 100 % spokojenost. Velmi potěšující je celkové ohodnocení lektora, které se pohybuje v rozmezí od 1 – 1,211.

Graf: 59. Celkové hodnocení lektora



zdroj: vlastní

Analýza spokojenosti klientů je důležitou součástí projektové činnosti. Informace získané touto analýzou budou využity ke spokojenosti klientů projektu při případném pokračování tohoto modulu. Tyto údaje mohou být cenné pro další projektovou činnost realizovanou na VOŠE Zlín.

Test z modulu 2

Test ze vzdělávacího modulu č. 2 byl vypracován lektorem kurzu paní Ing. Petrou Hanákovou. Tento test měl ověřit znalosti klientů získané v modulu č. 2. Test obsahoval 13 otázek. Test vyplnilo celkem 22 klientů, kteří zodpověděli správně v průměru 11,5 otázek, tzn., že úspěšnost byla 88,1 %. Tyto výsledky jsou velice uspokojivé a ukazují, že lektor velice dobře klientům přiblížil danou oblast finanční gramotnosti. Tento test dokazuje, že modul 2 byl přínosem pro absolventy projektu. Výsledky testu lze označit za úspěch, protože klienti projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ si osvojili 88,1 % probírané látky.

Dvě otázky všech 22 klientů správně zodpovědělo, jednalo se o otázky číslo 5 a 7. Nejčastěji se chybovalo v otázce 8. Tuto otázku správně nezodpovědělo 7 klientů, což představuje 31,8 %. Druhý nejvyšší počet chyb byl u otázky 13, kde chybovalo 5 klientů, což činí 22,7 % absolventů. 4 klienti chybovali v otázkách 1 a 3. U otázky 10 a 11 se chyby dopustilo 13,6 %. V otázce 3, 6 a 12 chybovali 2 klienti a v otázce 2 a 9 chyboval 1 klient.

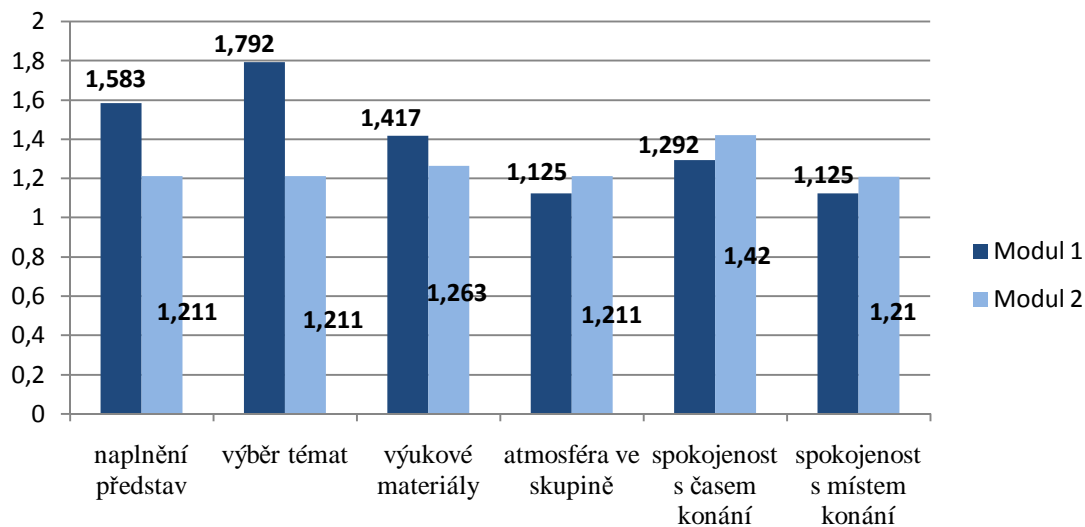
10.4 Porovnání modulů 1,2

Z jednotlivých výzkumných sond vyplývá velice kladné hodnocení jak modulů, tak i samotných lektorů, kteří daný modul přednášeli. Opět hodnocení bylo stejné jako ve škole – 1 = nejlepší hodnocení a 5= nejhorší hodnocení.

Ze srovnání modulů 1 a 2 vyplývá následující:

- modul 2 lépe naplnil představy klientů
- modul 2 lépe vyhovoval klientům ve výběru témat
- u modulu 2 více klientům vyhovovaly výukové materiály
- u modulu 1 klienti lépe hodnotili atmosféru ve skupině
- u modulu 1 klientům lépe vyhovoval čas konání modulu
- u modulu 1 byli také klienti více spokojeni s místem konání

Graf: 60. Srovnání hodnocení modulu 1 a 2

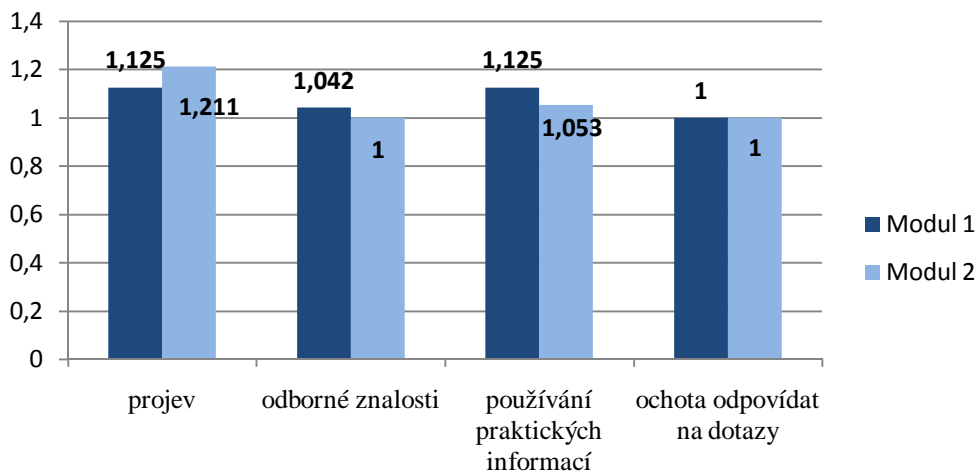


zdroj: vlastní

Ze srovnání lektorů modulu 1 a 2 vyplývá následující:

- klienti byli více spokojeni s projevem lektora modulu 1
- odborné znalosti hodnotili lépe u lektora modulu 2
- používání praktických informací lépe hodnotili u lektora modulu 2
- ochotu odpovídat na dotazy hodnotili stejně

Graf: 61. Srovnání hodnocení lektorů modulů 1 a 2

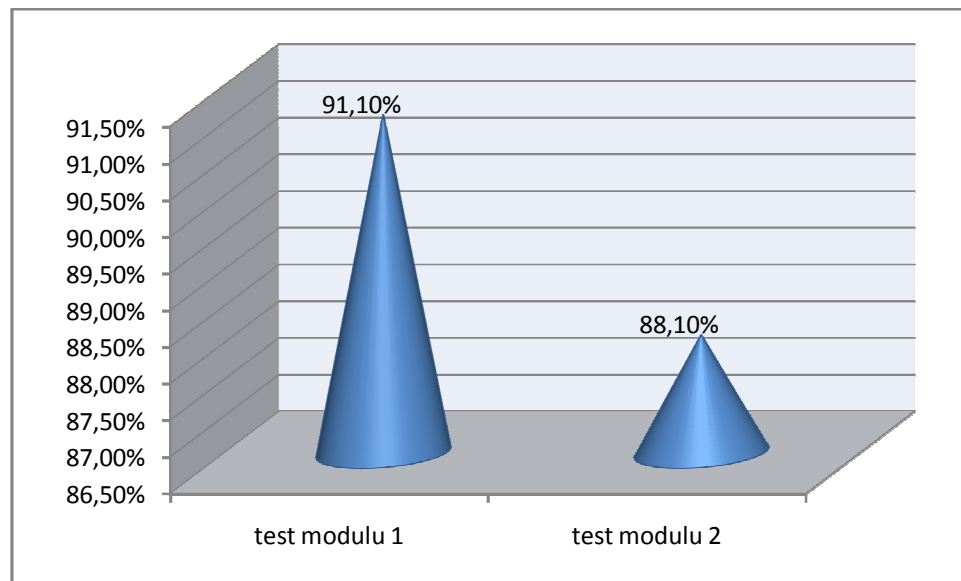


zdroj: vlastní

Srovnání vědomostního testu:

V porovnání získaných znalostí, vyhodnocených testem, dopadl lépe modul 1. Úspěšnost testu modulu 1 byla 91,1 % a u modulu 2 byla 88,1 %.

Graf: 62. Srovnání vyhodnocení testů z modulů 1 a 2



zdroj: vlastní

ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývá realizací projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“. Realizátorem projektu je Obchodní akademie Tomáš Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín a je registrován pod číslem CZ.1.07/1.3.09/01.0018. Tento projekt je financován z Evropského sociálního fondu v rámci operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost. Projekt je stále v realizaci.

Práce popisuje průběh projektu od jeho zahájení až po současný stav realizace a také nastiňuje jeho další vývoj. Důležitou součástí realizace projektu jsou prvky publicity, výzkumné sondy potřeb a spokojenosti klientů s průběhem projektu. Dále také zjišťování jejich dalších potřeb v rámci projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“

Před zahájením kurzů proběhla úvodní analýza, která zjišťovala různé názory a potřeby klientů. Pak následovaly výzkumné sondy spokojenosti klientů. Zatím proběhly pouze dvě sondy. Projekt stále probíhá a v době odevzdání této práce byl ukončen pouze modul 1 a 2. Tyto analýzy jsou obsahem bakalářské práce a ostatní analýzy modulů budou teprve následovat. Výsledky analýz budou použity pro další organizaci projektu a pro budoucí projektovou činnost školy. Šetření ukázala velmi pozitivní hodnocení projektu i lektorů. Pozitivní byl zájem klientů o pokračování tohoto projektu a cenné jsou také informace, v čem projekt klientům vyhovuje a nevyhovuje.

Doporučení pro projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“:

- Nabídnout klientům doplnění některých znalostí k jednotlivým modulům. U modulu 1 mají absolventi kurzu dále zájem o informace o bankovní soustavě, informace o centrální bance a více je zajímavá též problematika inflace. U modulu 2 by klienti uvítali více informací o ochraně spotřebitele, o chování spotřebitele, a také o poptávce a užitečích.
- Pro zkvalitnění komunikace mezi realizačním týmem a klienty doporučuji vytvoření samostatné webové stránky projektu, kde by klienti nacházeli aktualizované informace a mohli by zde psát své návrhy a připomínky k realizaci projektu.

Doporučení pro Obchodní akademii Tomáše Bati a Vyšší školu ekonomickou Zlín:

- Bylo by vhodné v budoucnu využívat velké zkušenosti s projektovou činností na Obchodní akademii Tomáše Bati a Vyšší škole ekonomické Zlín a způsob jejich financování z fondů Evropské unie.
- Pokračovat v podobné projektové činnosti, protože ve Zlínském kraji není dostatek vhodných příležitostí ke vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti.
- Nejlepší způsob informování o projektech je kontaktovat nadřízené, kteří předají informace svým zaměstnancům.

RESUMÉ

The Bachelor thesis put mind to the realization of the project „Finance literacy in Zlin’s region schools“ which is realized at The Thomas Baťa Business Academy and the Higher Professional School of Business in Zlín under the registration number CZ.1.07/1.3.09/01.0018. This project is financed from European social found. The project is still in progress.

The Bachelor thesis describes running of the project from its initiation to the present state. The most important part of the bachelor thesis is the evaluation of the realized analysis of satisfaction. There are described two realized analysis of satisfaction because only two program modules were finished up to the present date. Both analysis were assessed very positively. These results will be used for the continuation of the project „Finance literacy in Zlin’s region schools“ and for the next project activity at Thomas Baťa Business Academy and the Higher Professional School of Business.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] *Projekt - Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Projekt>>.
- [2] *Projekty*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <WWW:<http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/projekty-msmt-ipn>>.
- [3] MAREK, D., KANTOR, T. *Příprava a řízení projektů strukturálních fondů Evropské unie*. 1. vyd. Brno : Společnost pro odbornou literaturu – Barrister & Principal, 2007, 210 s. ISBN 978-80-87029-13-8.
- [4] *Příručka pro žadatele*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://www.msmt.cz/uploads/soubory/ESF/zakladni_dokumenty_OP_VK/Prirucka_pro_zadatele_platna_od_2.2_final.pdf>.
- [5] PŘICHYSTAL, Aleš. *Kuchařka pro žadatele z fondů EU aneb jak uvařit dobrý projekt*. 1. vyd. Nymburk : VEGA-L, 2008, 153 s. ISBN 978-80-86757-94-0.
- [6] *Příručka pro příjemce*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://www.msmt.cz/uploads/soubory/ESF/zakladni_dokumenty_OP_VK/090520_Prirucka_pro_prijemce_verze_2_final_2.pdf>.
- [7] *Fondy Evropské unie - Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://cs.wikipedia.org/wiki/Struktur%C3%A1ln%C3%AD_fondy_Evropsk%C3%A9_unie#Struktur.C3.A1ln.C3.AD_fondy>.
- [8] *Fondy Evropské unie - Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z http://cs.wikipedia.org/wiki/Fondy_Evropsk%C3%A9_unie.
- [9] VILAMOVÁ, Šárka. *Čerpáme finanční zdroje Evropské unie*. 1. vyd. Praha : GRADA Publishing, 2005, 200 s. ISBN 80-247-1194-X.
- [10] *Strukturální fondy EU - Informace o fonděch EU*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Informace-o-fondech-EU>>.
- [11] *Regionální operační programy - BusinessInfo.cz*. [online]. [cit. 2009-11-21]. <Dostupný z <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/rop/1001614/>>.
- [12] *Strukturální fondy EU - OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.strukturalni-fondy.cz/opvpk>>.

- [13] *Operační program Doprava - OPD - Základní informace*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.opd.cz/cz/Zakladni-informace>>.
- [14] *Strukturální fondy EU - OP Životní prostředí*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.strukturalni-fondy.cz/opzp>>.
- [15] *Strukturální fondy EU - OP Podnikání a inovace*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://www.strukturalni-fondy.cz/oppi>>.
- [16] *Strukturální fondy EU - OP Výzkum a vývoj pro inovace*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.strukturalni-fondy.cz/vavpi>>.
- [17] *Strukturální fondy EU - OP Lidské zdroje a zaměstnanost*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://www.strukturalni-fondy.cz/oplzz>>.
- [18] *Strukturální fondy EU - Integrovaný operační program*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.strukturalni-fondy.cz/iop>>.
- [19] *Strukturální fondy EU - Operační program Technická pomoc*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.strukturalni-fondy.cz/op-tp>>.
- [20] *SWOT - Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/SWOT>>.
- [21] KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, a. s., 2007, 1048 s. ISBN 978-80-274-1545-2.
- [22] KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, a. s., 2006, 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [23] *Ad-hoc marketingový výzkum - Marketingový slovník - Reklamní agentura Atlantic Studio*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.atlanticstudio.cz/cs/marketigovy-slovník/ad-hoc-marketingovy-vyzkum>>.
- [24] *VŠE CO STUDENT POTŘEBUJE VĚDET, referáty, maturitní otázky: Marketingový výzkum*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://studenti-studentum.blogspot.com/2007/08/marketingov-vzkum.html>>.
- [25] CLEMENTE, Mark N.. *Slovník marketingu*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2004, 378 s. ISBN 80-251-0228-9.
- [26] *Výzkumné metody - Sociologický a marketingový výzkum / Výzkumy Soukup*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.vyzkumysoukup.cz/vyzkumne-metody/>>.

- [27] PŘIBOVÁ, M. a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, a. s., 1996, 248 s. ISBN 80-7169-299-9.
- [28] HAUGUE, P. *Průzkum trhu*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2003, 234 s. ISBN 80-7226-917-8.
- [29] FORET, M., STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum Jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, a. s., 2003, 160 s. ISBN 80-247-0385-8.
- [30] *Simar: Kvalitativní standardy ICC/ESOMAR*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.simar.cz/standardy-kvality/kvalitativni-standardy-icc-esomar/kvalitativni-standardy-icc-esomar.php>>.
- [31] *Dotazník I*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://oic.ftvs.cuni.cz/hendl/dotaznik_1.htm>.
- [32] Kubíčková, M. *Průzkum trhu*., 1999, 116 s.
- [33] *Vzdělávání - Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Vzd%C4%9B1%C3%A1v%C3%A1n%C3%AD>>.
- [34] *Základní vzdělání - Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://cs.wikipedia.org/wiki/Prim%C3%A1rn%C3%AD_vzd%C4%9B1%C3%A1n%C3%AD>.
- [35] *Školství - Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/%C5%A0kolstv%C3%AD>>.
- [36] *ped_haji_01.doc*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <vsjak.cunas.cz/prac/ped_haji_01.doc>.
- [37] *Pokyn ministryně školství, mládeže a tělovýchovy k zabezpečení dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků školských zařízení pro zájmové vzdělávání - MŠMT ČR*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.msmt.cz/mladez/pokyn-ministryne-skolstvi-mladeze-a-telovychovy-k-zabezpeceni-dalsiho-vzdelavani-pedagogickych-pracovniku-skolskych-zarizeni-pro-zajmove-vzdelavani>>.
- [38] *Vyhlášení rozvojového programu MŠMT Podpora dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků zabezpečovaného vzdělávacími zařízeními zřizovanými kraji - MŠMT ČR*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.msmt.cz/vzdelavani/vyhlaseni>>.

rozvojového-programu-msmt-podpora-dalsiho-vzdelavani-pedagogickych-pracovniku-zabezpecovaneho-vzdelavacimi-zarizenimi-zrizovanymi-kraji>.

[39] *Národní institut pro další vzdělávání - NIDV - Analýzy a koncepce - Koncepce DVPP*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.nidv.cz/cs/analyzy-a-koncepce/koncepce-dvpp.ep/?PHPSESSID=67a88628cd6ca3645fd3bb580912bf4d>>.

[40] *Přidělení dotace z rozvojového programu Podpora DVPP v regionech v roce 2008 - MŠMT ČR*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.msmt.cz/vzdelavani/prideleni-dotace-z-rozvojoveho-programu-podpora-dvpp-v-regionech-v-roce-2008>>.

[41] *vz_skoly_0809.pdf*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://www.oazlin.cz/dokumenty/vz_skoly_0809.pdf>.

[42] interní materiály VOŠE Zlín

[43] *OA zlín - Mapy.cz*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://www.mapy.cz/#mm=FP@sa=s@st=s@ssq=OA%20zl%C3%ADn@sss=1@ssp=140583424_132964672_140666368_133033600@x=140604288@y=132982592@z=14>.

[44] *Obchodní akademie T. Bati a VOŠE Zlín*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.oazlin.cz/fotogalerie/ruzne/img00005.htm>>.

[45] *Obchodní akademie T. Bati a VOŠE Zlín*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.oazlin.cz/historie.php>>.

[46] *Obchodní akademie T. Bati a VOŠE Zlín*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.oazlin.cz/info.php>>.

[47] *Obchodní akademie T. Bati a VOŠE Zlín*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://www.oazlin.cz/projekt_tyden.php>.

[48] *NAEP - Comenius*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://www.naep.cz/index.php?a=view-project-folder&project_folder_id=19&>.

[49] *NAEP - Leonardo da Vinci*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <http://www.naep.cz/index.php?a=view-project-folder&project_folder_id=62&>.

[50] *Obchodní akademie T. Bati a VOŠE Zlín*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.oazlin.cz/projekty.php>>.

[51] *Evropský sociální fond v ČR, ESF v ČR*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.esfcr.cz/evropsky-socialni-fond-v-cr>>.

[52] *OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost období 2007-2013 - MŠMT ČR*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/op-vpk-obdobi-2007-2013>>.

[53] *Cíle OP VK - MŠMT ČR*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/cile-op-vk>>.

[54] *Typy projektů - MŠMT ČR*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/typy-projektu>>.

[55] *Finanční alokace OP VK - MŠMT ČR*. [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z <<http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/financni-alokace-op-vk>>.

[56] BAĎUROVÁ, A. Realizace projektu Finance a my v období 2006 – 2008 na VOŠE Zlín. Praha, 2008. 164 s. Bakalářská práce na Fakultě managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Vedoucí bakalářské práce Ing. Hana Šedová Ph.D..

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

EU	Evropská unie.
ČR	Česká republika.
ESF	Evropský sociální fond
EK	Evropská komise.
ERDF	Evropský fond regionálního rozvoje
EAGGF	Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond
FIFG	Finanční nástroj pro podporu rybolovu
OP	Operační program
JDP	Jednotný programový dokument
FS	Fond soudržnosti
ROP	Regionální operační program
OP VK	Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost
OP D	Operační program Doprava
OP ŽP	Operační program Životní prostředí
OP PI	Operační program Podnikání a inovace
OP VaVpI	Operační program Výzkum a vývoj pro inovace
OP LZZ	Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost
IOP	Integrovaný operační program
OP TP	Operační program Technická pomoc
DVPPzv	Dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků školských zařízení pro zájmové vzdělávání
DZ	Dlouhodobý záměr
OA	Obchodní akademie
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
DiS.	Diplomovaný specialista v oboru

Bc.	Bakalář
SIPVZ	Informační systém SIPVZ
VOŠE	Vyšší škola ekonomická
MFČR	Ministerstvo financí České republiky
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
TGM	Tomáš Garrigue Masaryk
ZŠ	Základní škola
OPPA	Operační program Praha – Adaptabilita
SROP	Společný regionální operační program
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
ICT	Program ICT v podnicích
Ph.D.	Doktor filozofie
ČSOB	Československá obchodní banka, a. s.
DP	Daňové přiznání

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1. SWOT analýza.....</i>	<i>31</i>
<i>Obr. 2 Matice ohrožení a matice příležitostí.....</i>	<i>32</i>
<i>Obr. 3. Grafická škála.....</i>	<i>49</i>
<i>Obr. 4. Sémantický diferenciál.....</i>	<i>50</i>
<i>Obr. 5. Příklad Stapelova škála.....</i>	<i>51</i>
<i>Obr. 6. Logo Obchodní akademie Tomáše Baři</i>	<i>59</i>
<i>Obr. 7. Logo Vyšší školy ekonomické.....</i>	<i>60</i>
<i>Obr. 8. Lokalizace školy</i>	<i>60</i>
<i>Obr. 9. Budova školy.....</i>	<i>61</i>
<i>Obr. 10. Varianty loga OP VK.....</i>	<i>87</i>
<i>Obr. 11. Barevné varianty loga ESF a EU.....</i>	<i>88</i>
<i>Obr. 12. Barevný logotyp Projektu Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje</i>	<i>88</i>
<i>Obr. 13. Černobílý logotyp Projektu Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje</i>	<i>88</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1. Typy výběrových souborů</i>	<i>36</i>
<i>Tab. 2. Hodnotící škála</i>	<i>49</i>
<i>Tab. 3. Likertova škála příklad hodnocení image supermarketu.....</i>	<i>50</i>
<i>Tab. 4. Silné a slabé stránky kontaktních metod.....</i>	<i>53</i>
<i>Tab. 5. Přehled přidělených dotací za rok 2008.....</i>	<i>58</i>
<i>Tab. 6. Přehled studentů na škole</i>	<i>62</i>
<i>Tab. 7. Projekt Tvorba a realizace profesních vzdělávacích programů na SŠ a VOŠ ve Zlínském kraji podporujících rozvoj podnikání.....</i>	<i>69</i>
<i>Tab. 8. Projekt Finance a my.....</i>	<i>70</i>
<i>Tab. 9. Projekt Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje</i>	<i>71</i>
<i>Tab. 10. Harmonogram klíčových aktivit projektu:</i>	<i>79</i>
<i>Tab. 11. Časové rozpis modulů.....</i>	<i>84</i>

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf: 1. Preference doby konání.....</i>	<i>83</i>
<i>Graf: 2. Preference dne konání.....</i>	<i>83</i>
<i>Graf: 3. Návratnost dotazníků</i>	<i>94</i>
<i>Graf: 4. Složení respondentů podle pohlaví</i>	<i>94</i>
<i>Graf: 5. Složení respondentů podle věku.....</i>	<i>95</i>
<i>Graf: 6. Rozdělení respondentů na pedagogické a nepedagogické pracovníky</i>	<i>95</i>
<i>Graf: 7. Složení respondentů podle pracovního zařazení</i>	<i>96</i>
<i>Graf: 8. Složení respondentů podle škol.....</i>	<i>96</i>
<i>Graf: 9. Znalost klientů finanční gramotnosti před zahájením kurzu</i>	<i>97</i>
<i>Graf: 10. Očekávané znalosti od projektu.....</i>	<i>98</i>
<i>Graf: 11. Účast klientů na kurzu s problematikou finanční gramotnosti.....</i>	<i>98</i>
<i>Graf: 12. Přihlášení klienti sami nebo nadřizným</i>	<i>99</i>
<i>Graf: 13. Způsob získání informací o projektu.....</i>	<i>100</i>
<i>Graf: 14. Dostatek příležitostí</i>	<i>100</i>
<i>Graf: 15. Možnost sebevzdělávání v pracovní době</i>	<i>101</i>
<i>Graf: 16. Zájem o celý kurz nebo jen o vybrané moduly.....</i>	<i>102</i>
<i>Graf: 17. Zájem jen o jednotlivé moduly.....</i>	<i>102</i>
<i>Graf: 18. Celkový zájem o moduly.....</i>	<i>103</i>
<i>Graf: 19. Celkový zájem o moduly zájem klientů jen o jednotlivé moduly.....</i>	<i>103</i>
<i>Graf: 20. Složení respondentů podle pohlaví</i>	<i>105</i>
<i>Graf: 21. Složení respondentů podle věku.....</i>	<i>105</i>
<i>Graf: 22. Rozdělení respondentů na pedagogické a nepedagogické pracovníky</i>	<i>106</i>
<i>Graf: 23. Rozdělení respondentů podle škol.....</i>	<i>106</i>
<i>Graf: 24. Spokojenost s výběrem témat.....</i>	<i>107</i>
<i>Graf: 25. Spokojenost s používáním výukových materiálů.....</i>	<i>107</i>
<i>Graf: 26. Spokojenost s atmosférou ve skupině.....</i>	<i>108</i>
<i>Graf: 27. Spokojenost s časem konání</i>	<i>109</i>
<i>Graf: 28. Spokojenost s místem konání.....</i>	<i>109</i>
<i>Graf: 29. Naplnění představ o modulu.....</i>	<i>110</i>
<i>Graf: 30. Největší přínos informací</i>	<i>111</i>
<i>Graf: 31. Poskytnutí potřebných informací.....</i>	<i>111</i>
<i>Graf: 32. Využití získaných informací.....</i>	<i>112</i>

Graf: 33. Doporučení modulu.....	112
Graf: 34. Zájem o další pokračování modulu č. 1	113
Graf: 35. Specifikování informací pro pokračování	113
Graf: 36. Spokojenost s projevem lektora	114
Graf: 37. Spokojenost s lektorem po odborné stránce	115
Graf: 38. Spokojenost s používáním praktických informací.....	115
Graf: 39. Celkové hodnocení modulu 1.....	116
Graf: 40. Celkové hodnocení lektora	117
Graf: 41. Složení respondentů podle pohlaví	118
Graf: 42. Složení respondentů podle věku.....	119
Graf: 43. Rozdělení respondentů na pedagogické a nepedagogické pracovníky	119
Graf: 44. Rozdělení respondentů podle škol.....	120
Graf: 45. Spokojenost s výběrem témat.....	120
Graf: 46. Spokojenost s používáním výukových materiálů.....	121
Graf: 47. Spokojenost s atmosférou ve skupině.....	122
Graf: 48. Spokojenost s časem konání	122
Graf: 49. Spokojenost s místem konání.....	123
Graf: 50. Naplnění představ o modulu.....	124
Graf: 51. Největší přínos informací	124
Graf: 52. Poskytnutí potřebných informací.....	125
Graf: 53. Využití získaných informací.....	125
Graf: 54. Zájem o další pokračování modulu č.2	126
Graf: 55. Specifikování informací pro pokračování	127
Graf: 56. Spokojenost s projevem lektora	127
Graf: 57. Spokojenost s používáním praktických informací.....	128
Graf: 58. Celkové hodnocení modulu 2.....	129
Graf: 59. Celkové hodnocení lektora	130
Graf: 60. Srovnání hodnocení modulu 1 a 2	132
Graf: 61. Srovnání hodnocení lektorů modulů 1 a 2.....	132
Graf: 62. Srovnání vyhodnocení testů z modulů 1 a 2	133

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Úvodní šablony projektu
- P II Inzerát
- P III Vzor pozvánky
- P IV Letáky projektu
- P V Článek v Učitelských novinách
- P VI Ukázky databáze
- P VII Dotazníky
- P VIII Testy

PŘÍLOHA P I: ÚVODNÍ ŠABLONY PROJEKTU



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

FINANČNÍ GRAMOTNOST VE ŠKOLÁCH ZLÍNSKÉHO KRAJE

Registrační číslo projektu:	CZ.1.07/1.3.09/01.0018
Název projektu:	Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje
Název a číslo globálního grantu:	Další vzdělávání pracovníků škol a školských zařízení ve Zlínském kraji, CZ.1.07/1.3.09
Datum zahájení realizace projektu:	1. 2. 2009
Datum ukončení realizace projektu:	31. 12. 2010

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

Registrační číslo projektu:

CZ.1.07/1.3.09/01.0018

Název projektu:

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

Název a číslo globálního grantu:

Další vzdělávání pracovníků škol a školských zařízení ve Zlínském kraji, CZ.1.07/1.3.09

Datum zahájení realizace projektu:

1. 2. 2009

Datum ukončení realizace projektu:

31. 12. 2010

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

Registrační číslo projektu:

CZ.1.07/1.3.09/01.0018

Název projektu:

**Finanční gramotnost ve školách
Zlínského kraje**

Název a číslo globálního grantu:

**Další vzdělávání pracovníků škol
a školských zařízení ve Zlínském kraji,
CZ.1.07/1.3.09**

Datum zahájení realizace projektu:

1. 2. 2009

Datum ukončení realizace projektu:

31. 12. 2010

**Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním
rozpočtem ČR**



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

Registrační číslo projektu:

CZ.1.07/1.3.09/01.0018

Název projektu:

**Finanční gramotnost ve školách
Zlínského kraje**

Název a číslo globálního grantu:

**Další vzdělávání pracovníků škol
a školských zařízení ve Zlínském kraji,
CZ.1.07/1.3.09**

Datum zahájení realizace projektu:

1. 2. 2009

Datum ukončení realizace projektu:

31. 12. 2010

**Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním
rozpočtem ČR**

PŘÍLOHA P II: INZERÁT



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

Registrační číslo projektu: CZ.1.07/1.3.09/01.0018

Vážení kolegové, vážení přátelé,
rád bych Vás touto cestou informoval, že Zlínský kraj v současné době zabezpečuje další nabídku vzdělávání pedagogických i nepedagogických pracovníků škol a školských zařízení. Projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“, jehož realizátorem je Obchodní akademie Tomáš Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín je určen především pro základní a střední školy. Hlavním cílem projektu je zvýšení kompetencí pedagogických i nepedagogických pracovníků škol a školských zařízení ve Zlínském kraji v oblasti financí. Každý modul je zakončen udělením certifikátu o absolvování. Cílem projektu je, aby absolventi jednotlivých modulů mohli využít nově získané znalosti a zkušenosti ve své praxi. Přeji všem přednášejícím a hlavně aktivním účastníkům hodně nového poznávání a úspěšné využití získaných vědomostí a dovedností ve svém dalším profesním působení.

Mgr. Josef Slovák

Člen Rady Zlínského kraje pro školství, mládež a sport

Projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ je reakcí na potřebu vzdělávání pedagogických i nepedagogických pracovníků základních a středních škol, případně i nepedagogických zařízení v oblasti financí.

Všechno začalo již v roce 2008. Na počátku byl dokument „Systém budování finanční gramotnosti na základních a středních školách“ a také nápad emeritní ředitelky OA T.Bati a VOŠE Zlín, Ing. Aleny Dofkové - nabídnout tento systém vzdělávání přímo ve školách Zlínského kraje. Pak už jen zbývala maličkost, napsat projekt. Tato maličkost sice obsáhla dobu několika měsíců, ale práce byla završena úspěchem. V červnu 2008 byl podán projekt ve Zlínském kraji v rámci první výzvy OP VK, oblast podpory 1.3. Projekt byl schválen. Realizace byla zahájena 1.února 2009. Z důvodu velkého počtu zájemců z řad pedagogů základních škol byla již také realizována mimořádná akce projektu, kdy MODUL 1 a 2 byl prezentován na základě žádosti také v místě Základní školy TGM Otrokovice. Ukázalo se, že i toto je správný krok pro budování Finanční gramotnosti ve školách Zlínského kraje. Pod záštitou paní ředitelky ZŠ TGM Otrokovice, paní Mgr. Marty Zakopalové, byly tyto dva semináře prezentovány také pro ZŠ Mánesova Otrokovice (pan ředitel Mgr. V.Podzimek), pro ZŠ Trávníky (paní ředitelka Mgr. E.Hornáková) a 2.ZŠ Napajedla (pan ředitel PaedDr.M.Veselý). Klienti projektu tak mohli přímo na půdě základní školy konzultovat své otázky z oblasti financí. Věříme, že klienti projektu budou spokojeni i nadále. Jakékoliv dotazy Vám zodpoví autor a manažer projektu, Ing. Hana Šedová, Ph.D. (e-mail esf@oazlin.cz)

[Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR.](#)

PŘÍLOHA P III: VZOR POZVÁNKY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

POZVÁNKA

MODUL 1

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

CZ.1.07/1.3.09/01.0018

Datum konání: 23. a 24.06.2009

Program: MODUL 1 - „PENÍZE“

Čas konání: od 8.00 h

Místo konání: budova OA TB a VOŠE Zlín

nám. TGM 3669

761 57 Zlín

Tento seminář je pro Vás připraven součástí vzdělávacího programu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“. Občerstvení je zajištěno. Seminář nezahmuje ubytování. Prosíme o potvrzení Vaší účasti na e-mail esf@oazlin.cz do pátku 19.06.2009.

Srdečně Vás zve PaedDr. Josef Rydlo a Ing. Hana Šedová, Ph.D.

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR

PŘÍLOHA P IV: LETÁKY PROJEKTU



Zlínský kraj

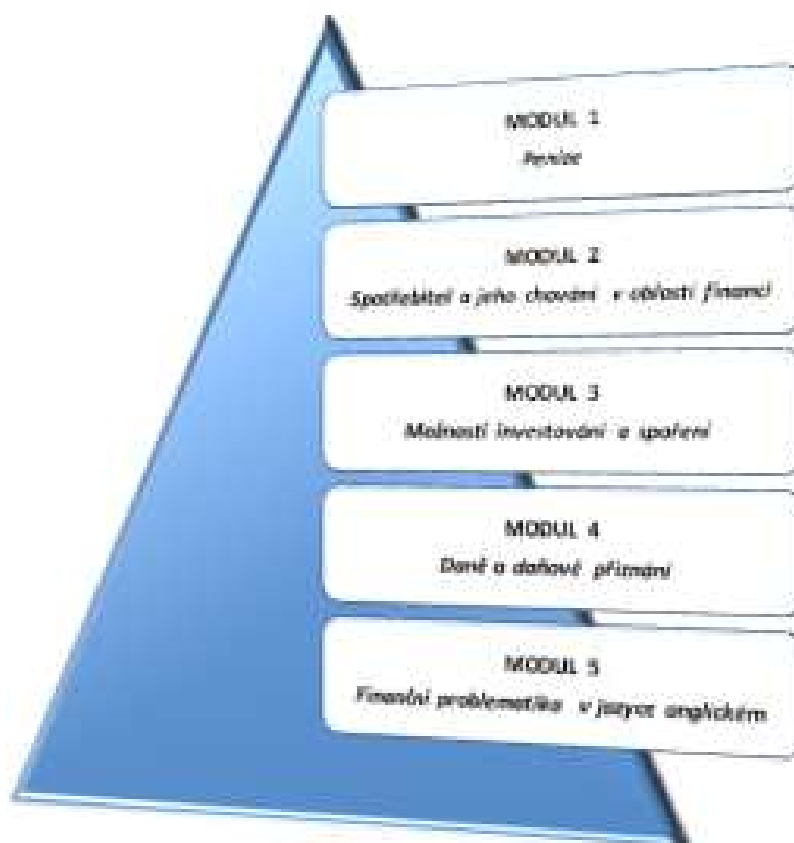


INVESTICE DO ROZVOJE A VZDĚLÁVÁNÍ

Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín,
pořádá projekt s názvem

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

Registrační číslo projektu: CZ.1.07/1.3.009/0/0/18



Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR



Zlínský kraj



INVESTICE DO ROZVOJE A VZDĚLÁVÁNÍ

Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín,
pořádá projekt s názvem

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

Registrační číslo projektu: CZ.1.07/1.2/00/01/0018

s následujícím časovým harmonogramem jednotlivých modulů



Věříme, že jste ochotni získat nové znalosti a těšíme se na vaši účast.

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR

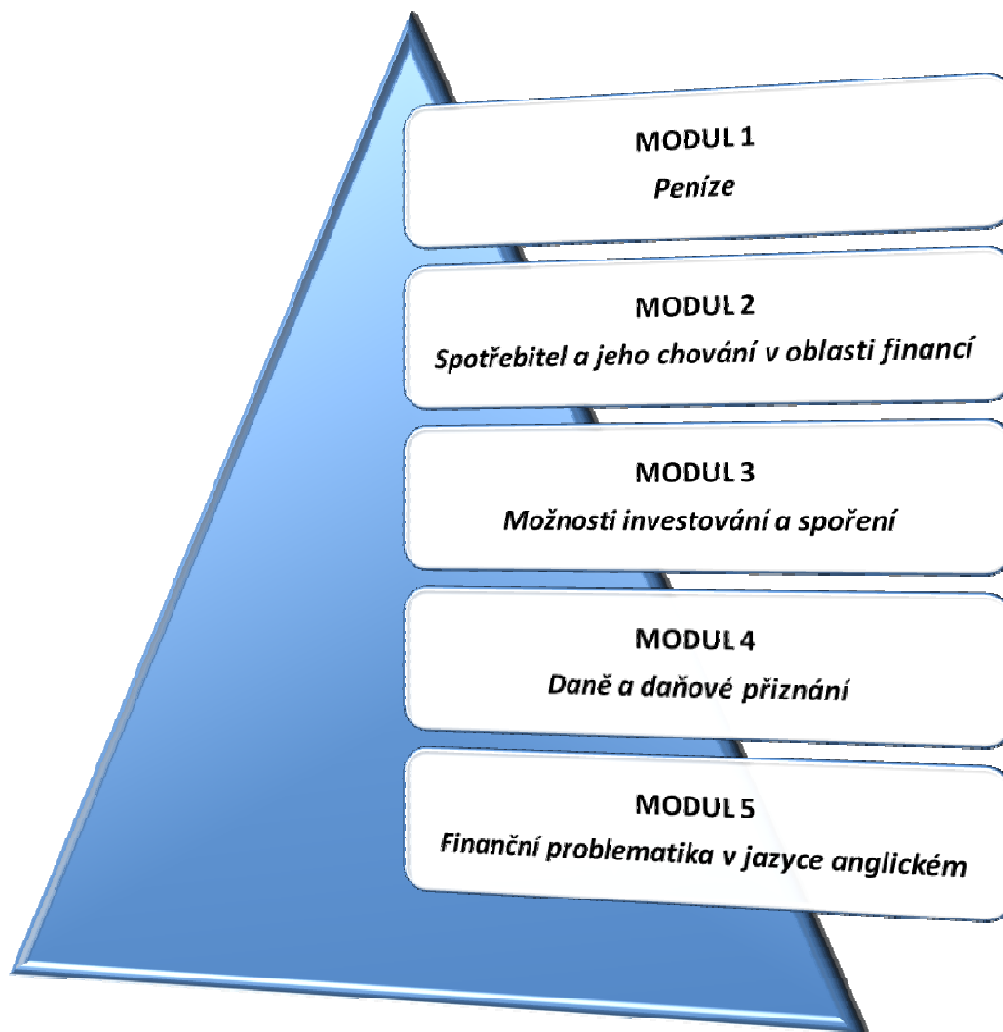
PŘÍLOHA P V: ČLÁNEK V UČITELSKÝCH NOVINÁCH



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

Registrační číslo projektu: CZ.1.07/1.3.09/01.0018



Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR.

Vážení kolegové,
Vážení přátelé,

rád bych Vás touto cestou informoval, že Zlínský kraj v současné době zabezpečuje další nabídku vzdělávání pedagogických i nepedagogických pracovníků škol a školských zařízení. Projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“, jehož realizátorem je Obchodní akademie Tomáš Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín je určen především pro základní a střední školy. Hlavním cílem projektu je zvýšení kompetencí pedagogických i nepedagogických pracovníků škol a školských zařízení ve Zlínském kraji v oblasti financí. Každý modul je zakončen udělením certifikátu o absolvování. Cílem projektu je, aby absolventi jednotlivých modulů mohli využít nově získané znalosti a zkušenosti ve své praxi. Přeji všem přednášejícím a hlavně aktivním účastníkům hodně nového poznávání a úspěšné využití získaných vědomostí a dovedností ve svém dalším profesním působení.

Mgr. Josef Slovák
Člen Rady Zlínského kraje pro školství, mládež a sport

Projekt „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ je reakcí na potřebu vzdělávání pedagogických i nepedagogických pracovníků základních a středních škol, případně i nepedagogických zařízení v oblasti financí. Všechno začalo již v roce 2008. Před námi byl dokument „Systém budování finanční gramotnosti na základních a středních školách“ a také nápad emeritní ředitelky OA T.Bati a VOŠE Zlín, Ing. Aleny Dofkové - nabídnout tento systém vzdělávání přímo ve Zlínském kraji. Pak už jen zbývala maličkost, napsat projekt. Tato maličkost sice obsáhla dobu několika měsíců, ale práce byla završena úspěchem. V červnu 2008 byl podán projekt ve Zlínském kraji v rámci první výzvy prostřednictvím Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost, oblast podpory 1.3. Projekt byl schválen. Realizace byla zahájena 01.02.2009.

V současné době se vytváří jeden velký vzdělávací program, který se skládá z pěti modulů:

- Peníze
- Spotřebitel a jeho chování v oblasti financí
- Možnosti investování a spoření
- Daně a daňové přiznání
- Finanční problematika v jazyce anglickém.

Tyto moduly jsou nyní v rámci pilotního ověření nabízeny jako celek, ale klienti si mohou zvolit i jednotlivé moduly. Semináře v rámci jednotlivých modulů probíhají již od června 2009. Jsou pravidelně monitorovány a současně probíhá i průběžná analýza spokojenosti a potřeb klientů projektu. Důvodem je příprava tvorby studijních materiálů. Jejich tvorba je jednou z klíčových aktivit projektu.

K úspěšným aktivitám projektu můžeme již nyní přiřadit oficiální Slavnostní zahájení projektu, které proběhlo dne 13. května 2009 v Baťově vile. Dále dvoudenní seminář ve dnech 1. a 2. června 2009, který byl již prvním pracovním setkáním s klienty projektu, kde Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín představila jednotlivé moduly vzdělávacího programu i své lektory a členy realizačního týmu. A následně od června 2009 již probíhají v pravidelných intervalech jednotlivé semináře vzdělávacího programu.

Z důvodu velkého počtu zájemců z řad pedagogů základních škol byla také realizována mimořádná akce projektu, kdy MODUL 1 a 2 byl prezentován na základě žádosti také v místě Základní školy TGM Otrokovice. Ukázalo se, že i toto je správný krok pro budování Finanční gramotnosti ve školách Zlínského kraje. Pod záštitou paní ředitelky ZŠ TGM Otrokovice, paní Mgr. Marty Zakopalové, byly tyto dva semináře prezentovány také pro ZŠ Mánesova Otrokovice (pan ředitel Mgr. V.Podzimek), pro ZŠ Trávníky (paní ředitelka Mgr. E.Horňáková) a ZŠ Napajedla (pan ředitel PaedDr.M.Veselý). Klienti projektu tak mohli přímo na půdě základní školy konzultovat své otázky z oblasti financí.

Do pilotního ověření vzdělávacího programu můžeme zařadit jen určitý počet klientů. Důvodem jsou kapacity našich pracovních prostor a také časový harmonogram projektu. Proto je počet klientů v jednotlivých seminářích omezen. Přesto doufáme, že byla uspokojena většina případných zájemců o projekt. Z důvodu bližšího kontaktu s klienty byla zavedena i e-mailová adresa, kde se případní další zájemci mohou dozvědět bližší informace: esf@oazlin.cz

Ing. HANA ŠEDOVÁ, Ph.D.
autor a manažer projektu

PŘÍLOHA P VI: VZOR DATABÁZE



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

CZ.1.07/1.3.09/01.0018

Seznam klientů – Základní školy

Název školy	Adresa školy	Kontakty na školu	Kontakty na klienty	Poznámka
<u>Název základní školy</u>	Přesná adresa školy odkaz na webové stránky školy	Jméno a příjmení – ředitel emailová adresa na ředitele telefon na ředitele Jméno a příjmení – zástupkyně emailová adresa telefon	1) titul, jméno a příjmení klienta – pracovní pozice, případně předmět, který vyučuje emailová adresa klienta telefonický kontakt na klienta	

Seznam klientů – Střední školy

Název školy	Adresa školy	Kontakty na školu	Kontakty na klienty	Poznámka
<p><u>Název střední školy</u></p>	<p>Přesná adresa školy odkaz na webové stránky školy</p>	<p>Jméno a příjmení – ředitel emailová adresa na ředitele telefon na ředitele Jméno a příjmení – zástupkyně nebo sekretářky emailová adresa telefon</p>	<p>1) titul, jméno a příjmení klienta – pracovní pozice, případně předmět, který vyučuje emailová adresa klienta telefonický kontakt na klienta 2) titul, jméno a příjmení klienta – pracovní pozice, případně předmět, který vyučuje emailová adresa klienta telefonický kontakt na klienta 3) titul, jméno a příjmení klienta – pracovní pozice, případně předmět, který vyučuje emailová adresa klienta telefonický kontakt na klienta</p>	



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

CZ.1.07/1.3.09/01.0018

Modul 1 – PENÍZE

Příjmení a jméno		
1. Příjmení jméno a titul	11. Příjmení jméno a titul	21. Příjmení jméno a titul
2. Příjmení jméno a titul	12. Příjmení jméno a titul	22. Příjmení jméno a titul
3. Příjmení jméno a titul	13. Příjmení jméno a titul.	23. Příjmení jméno a titul
4. Příjmení jméno a titul	14. Příjmení jméno a titul	24. Příjmení jméno a titul
5. Příjmení jméno a titul	15. Příjmení jméno a titul	25. Příjmení jméno a titul
6. Příjmení jméno a titul	16. Příjmení jméno a titul	26. Příjmení jméno a titul
7. Příjmení jméno a titul	17. Příjmení jméno a titul	27. Příjmení jméno a titul
8. Příjmení jméno a titul	18. Příjmení jméno a titul	28. Příjmení jméno a titul
9. Příjmení jméno a titul	19. Příjmení jméno a titul	29. Příjmení jméno a titul
10. Příjmení jméno a titul	20. Příjmení jméno a titul	30. Příjmení jméno a titul

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR

PŘÍLOHA P VII: DOTAZNÍKY



INVESTICE DO ROZVOJE vzdělávání

ÚVODNÍ DOTAZNÍK 1

Vážení klienti projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“, reg. č.: CZ.1.07/1.3.09/01.0018
Rádi bychom vyhověli všem Vaším požadavkům a proto se snažíme doplnit obsah jednotlivých modulů projektu dle Vašich představ. Dovolujeme si Vás proto na úvod požádat o vyplnění následujícího dotazníku. Vyplněný dotazník zašlete zpět na naši adresu: esf@oazlin.cz. Vybrané pole označte libovolným způsobem (např. barevně).

Děkujeme za Váš čas a zájem o tento projekt.

1. Věděli jste před zahájením projektu co je to finanční gramotnost?
 ano ne
2. Potřebujete pro výkon svého povolání znalosti z oblasti finanční gramotnosti?
 ano ne
3. Jaké konkrétní znalosti z oblasti finanční gramotnosti očekáváte, že získáte absolvováním kurzu?
 znalosti z oblasti bankovní terminologie
 základní ekonomické pojmy
 problematika daní
 problematika veřejných financí
 jiné.....
4. Už jste se někdy zúčastnil (a) nějakého typu vzdělávání s problematikou finanční gramotnosti?
 ano ne
5. Z jakého důvodu jste se přihlásili do vzdělávacího programu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“?
.....



INVESTICE DO ROZVOJE vzdělávání

6. Přihlásil(a) jsem se do projektu:
- sám(a), z vlastní iniciativy
 - byl jsem přihlášen nadřízeným, který mi projekt doporučil
 - byl jsem přihlášen nadřízeným, protože to patří do mé odbornosti
 - jinak.....
7. Jak jste se o projektu dozvěděli?
- z inzerátu
 - z dotazníku
 - z letáčku
 - od přátel
 - od nadřízeného v práci
 - jinak:
8. Zúčastnil(a) jste se již nějakého projektu na VOŠE Zlín?
- ano ne
9. Myslíte, že je ve Zlínském kraji dost příležitostí ke vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti?
- ano ne
10. Máte možnost sebevzdělávání ve své pracovní době?
- ano ne
11. Uvolňuje Vás zaměstnavatel pro Vaše další sebevzdělávání v projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“?
- ano ne
12. Máte zájem:
- o celý kurz jen o vybrané moduly kurzu
13. Máte - li zájem jen o vybrané moduly kurzu, o které:
- 1 - peníze
 - 2 - spotřebitel a jeho chování v oblasti financí
 - 3 - možnosti investování a spoření
 - 4 - daně a daňová přiznání
 - 5 - finanční problematika v jazyce anglickém



INVESTICE DO ROZVOJE vzdělávání

14. Zde uvítáme Vaše návrhy a připomínky k tomuto projektu:

.....

15. Pohlaví:

muž žena

16. Věk:

20 - 30
 31 - 40
 41 - 50
 51 a více

17. Pracujete jako:

pedagogický pracovník nepedagogický pracovník

18. Jaká je Vaše pracovní pozice:

ředitel
 zástupce ředitele
 učitel odborných předmětů
 učitel všeobecně vzdělávacích předmětů
 ekonom
 jiná

19. Typ školského zařízení:

základní škola
 střední škola
 vyšší odborná škola
 jiné školské zařízení



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

HODNOCENÍ MODULU 1- PENÍZE

Vážení klienti projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“, reg. č.: CZ.1.07/1.3.09/01.0018
Rádi bychom zjistili Vaši spokojenost u jednotlivých modulů a získaly potřebné informace pro případné pokračování projektu. Dovolujeme si Vás proto požádat o vyplnění následujících údajů. Děkujeme za Váš čas a zájem o tento projekt.

V následujících otázkách jsou použity škály, kde 1 = nejlepší hodnocení, 5 = nejnižší hodnocení.

HODNOCENÍ MODULU 1:

1. Využitelnost výběru témat, kterými se modul 1 zabýval:

1 2 3 4 5

2. Použité výukové materiály v průběhu MODULU 1 (materiály, které využíval přednášející – tj. tištěná verze, ukázky studijních materiálů, materiály z webových stránek, případně grafické zpracování, atd.). Hodnoťte, prosím zatím jen obsah informativní, protože studijní materiál MODULU 1 v tištěné verzi se zatím připravuje.:

1 2 3 4 5

Zde můžete vyjádřit i další slovní hodnocení, např. co by bylo vhodné ještě do vznikajících studijních materiálů doplnit:

.....

3. Atmosféra ve skupině:

1 2 3 4 5

4. Vyhovoval Vám čas konání?

1 2 3 4 5

5. Vyhovovalo Vám místo konání?

1 2 3 4 5

6. Odpovídal modul Vaším představám?

1 2 3 4 5



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

V čem Vám modul vyhovoval?

.....

V čem Vám modul nevyhovoval?

.....

7. Jaké konkrétní znalosti z oblasti modulu 1 byly pro Vás největším přínosem:

- vývoj peněz
- informace o bankovní soustavě
- informace o centrální bance
- inflace
- jiné.....

8. Poskytl Vám tento kurz všechny potřebné informace v tomto modulu?

- ano ne

9. Popište, kde můžete získané informace využít:

- v pedagogické praxi
- v soukromí, ve finančních otázkách rodiny
- jiné

10. Doporučil/a byste tento modul kolegům, příp. známým, kamarádům, atd.?

- ano ne

11. Uvítal/a byste pokračování tohoto modulu?

- ano ne

Pokud ano: specifikujte, o které informace máte dále zájem.

- Vývoj peněz
- informace o bankovní soustavě
- informace o centrální bance
- inflace
- jiné



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

12. Zde uvítáme Vaše připomínky k modulu 1:

.....

HODNOCENÍ VYUČUJÍCÍHO (LEKTORA): MODUL 1 – Ing. Hana Šedová Ph.D.

13. Projev lektora:

1 2 3 4 5

14. Odborné znalosti:

1 2 3 4 5

15. Používání praktických informací ve výuce:

1 2 3 4 5

16. Ochota odpovídat na dotazy:

1 2 3 4 5

17. Vaše připomínky k vyučujícímu modulu 1 a důvody nízkého hodnocení:

.....

18. Pohlaví:

muž žena

19. Věk:

20 - 30
 31 - 40
 41 - 50
 51 a více

20. Pracujete jako:

pedagogický pracovník nepedagogický pracovník



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

21. Typ školského zařízení:
- základní škola
 - střední škola
 - vyšší odborná škola
 - jiné školské zařízení
-

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

HODNOCENÍ MODULU 2- SPOTŘEBITEL A JEHO CHOVÁNÍ V OBLASTI FINANCÍ

Vážení klienti projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“, reg. č.: CZ.1.07/1.3.09/01.0018
Rádi bychom zjistili Vaši spokojenost u jednotlivých modulů a získaly potřebné informace pro případné pokračování projektu. Dovolujeme si Vás proto požádat o vyplnění následujících údajů. Děkujeme za Váš čas a zájem o tento projekt.

V následujících otázkách jsou použity škály, kde 1 = nejlepší hodnocení, 5 = nejnižší hodnocení.

HODNOCENÍ MODULU 2:

1. Využitelnost výběru témat, kterými se modul 2 zabýval:

1 2 3 4 5

2. Použité výukové materiály v průběhu MODULU 2 (materiály, které využíval přednášející – tj. tištěná verze, ukázky studijních materiálů, materiály z webových stránek, případně grafické zpracování, atd). Hodnoťte, prosím zatím jen obsah informativní, protože studijní materiál MODULU 2 v tištěné verzi se zatím připravuje.:

1 2 3 4 5

Zde můžete vyjádřit i další slovní hodnocení, např. co by bylo vhodné ještě do vznikajících studijních materiálů doplnit:

.....

3. Atmosféra ve skupině:

1 2 3 4 5

4. Vyhovoval Vám čas konání?

1 2 3 4 5

5. Vyhovovalo Vám místo konání?

1 2 3 4 5



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

6. Odpovídal modul Vaším představám?

1 2 3 4 5

V čem Vám modul vyhovoval?

.....

V čem Vám modul nevyhovoval?

.....

7. Jaké konkrétní znalosti z oblasti modulu 2 byly pro Vás největším přínosem:

- ekonomie jako věda
- informace o rodinném rozpočtu, státním rozpočtu
- informace o ochraně spotřebitele
- chování spotřebitele, poptávka
- jiné.....

8. Poskytl Vám tento kurz všechny potřebné informace v tomto modulu?

ano ne

9. Popište, kde můžete získané informace využít:

- v pedagogické praxi
- v soukromí, ve finančních otázkách rodiny
- jiné

10. Doporučil/a byste tento modul kolegům, příp. známým, kamarádům, atd.?

ano ne

11. Uvítal/a byste pokračování tohoto modulu?

ano ne

Pokud ano: specifikujte, o které informace máte dále zájem.

- ekonomie jako věda, její části a problémy
- informace o rodinném rozpočtu, státním rozpočtu
- informace o ochraně spotřebitele
- chování spotřebitele, poptávka, užítky
- jiné

12. Zde uvítáme Vaše připomínky k modulu 2:

.....



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

HODNOCENÍ VYUČUJÍCÍHO (LEKTORA): MODUL 2 – Ing. Petra Hanáková

13. Projev lektora:

1 2 3 4 5

14. Odborné znalosti:

1 2 3 4 5

15. Používání praktických informací ve výuce:

1 2 3 4 5

16. Ochota odpovídat na dotazy:

1 2 3 4 5

17. Vaše připomínky k vyučujícímu modulu 2 a důvody nízkého hodnocení:

.....

18. Pohlaví:

muž žena

19. Věk:

20 - 30
 31 - 40
 41 - 50
 51 a více

20. Pracujete jako:

pedagogický pracovník nepedagogický pracovník

21. Typ školského zařízení:

základní škola
 střední škola
 vyšší odborná škola
 jiné školské zařízení

PŘÍLOHA P VIII: TESTY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

„Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“, reg. č.: CZ.1.07/1.3.09/01.0018

TEST MODULU 1- PENÍZE

1. Vyjmenujte funkce peněz: a) b)
c) d) e)
2. Kdy platila československá koruna a kdy česká koruna?
3. Vydáváním, správou a řízením peněz byly pověřovány určené banky, a proto se papírové peníze začaly nazývatnebo byly pro výkon těchto funkcí zřizovány zvláštní státní instituce a jejich peníze dostaly název
4. Státní banka československá je naše centrální banka. Toto tvrzení je pravdivé:
a) ano b) ne
5. Guvernér centrální banky je jmenován na 5leté funkční období a je jmenován:
a) vládou b) ministrem financí c) prezidentem d) předsedou vlády.
6. Obchodní banky dělíme dle typu převažujících služeb na:
a) b)
7. Konsolidační banka je komerční bankou, která je plně v rukou českých akcionářů:
a) ano b) ne c) neexistuje
8. Mezi nebankovní instituce v ČR patří např.:
9. Emisní monopol v ČR má:



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

10. Centrální banka slouží pro komerční banky jako:
1) 2)
11. Pokud má úvěr poskytnutý od centrální banky charakter pomoci ohrožené bance, centrální banka vystupuje jako tzv. banka - (lender of last resort).
12. Organizační struktura ČNB:
1) 2) 3)
13. Nejvyšším řídicím orgánem ČNB je:
14. Specifikujte měnově politické úkoly ČNB:
"Řízení peněžního řízení zásobování
a řízení platebního"
15. Minimální rezervy představují pro obchodní banku položku:
a) v aktivech b) v pasivech.
16. Diskontní sazba je:
(vysvětlete)
a v současné době je (%).
17. Zvýšení diskontní sazby:
a) zvyšuje b) snižuje c) nemá vliv na aktivní obchody komerčních bank.
18. Nepřímé intervence centrální banky představují např.:
19. M1 a M2 =
Vysvětlete:
20. Pasivní obchody banky zahrnují:



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

21. Bilance ukazuje, co podnik v určitém okamžiku,
co třetím osobám a kolik
22. Základní bilanční rovnice:
.....
23. a) Čím větší je riziko b) Čím menší je riziko, tím menší je bezpečnost banky.
24. Jádrem bankovních informačních systémů je
25. Vysvětlete pojem úvěr:
26. Nominální úroková sazba je:
a) jmenovaná b) nejmenovaná c) jmenovitá hodnota ceny zapůjčených peněz.
27. Sazby přes noc (over night) na peněžních trzích jsou sazby, které
.....
28. Kontokorentní úvěr je:.....
29. úvěry (doplňte typ úvěru) jsou v podstatě půjčky soukromým
domácnostem a drobným živnostníkům.
30. Co musí obsahovat písemná žádost klienta při žádosti o získání úvěru?
.....
31. K jednotlivým druhům pasivních obchodů patří např.:
32. Penzijní připojištění je druh:
a) aktivního b) pasivního obchodu.
33. Zaměstnavatel si může příspěvek na penzijní připojištění odečíst od daňového
základu až do výše:
a) 1% b) 2% c) 3%



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

34. Jaké požaduje banka zajištění při hypotečním úvěru?

.....

35. Které banky poskytují hypoteční úvěry? (jmenujte např.)

36. Stavební spoření je určeno pro:

- a) fyzické osoby b) právnické osoby c) pro fyzické i právnické osoby.

37. Hotovostní platební styk v bance je proces, který probíhá

- a) přímo b) nepřímo za účasti klienta banky.

38. Vysvětlete jednoduše princip dokumentárního inkasa:

39. Směnku lze použít jako nástroj bezhotovostního platebního styku:

- a) ano b) ne

40. Kdybyste jako podnikatel/ka potřeboval/a 1 mil. Kč.

Jaké možnosti máte?

Kde byste jej mohli získat a jak?



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

„Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“, reg. č.: CZ.1.07/1.3.09/01.0018

TEST MODULU 2- SPOTŘEBITEL A JEHO CHOVÁNÍ V OBLASTI FINANCÍ

(U testových otázek je možno více správných odpovědí)

1. Jaká reklama je v ČR zakázána:

- a) klamavá
- b) skrytá
- c) zaměřená na děti
- d) srovnávací
- e) podprahová

2. Lhůta „na rozmyšlenou“ u zboží objednaného přes internet je:

- a) 10 dnů od jeho převzetí
- b) 14 dnů od jeho převzetí
- b) 30 dnů od jeho převzetí
- c) 60 dnů od jeho převzetí
- e) zboží již nelze vrátit

3. Na jaké zboží se nevztahuje možnost vrácení při objednání přes internet:

- a) noviny
- b) zboží, které se může rychle zničit, např. jídlo nebo květiny
- c) mobilní telefony
- d) počítače
- e) zboží vyrobené na zakázku

4. Jak se nazývá varovný systém EU na potravinářské zboží:

- a) RAPEX
- b) RASFF
- c) RATEX
- d) RALEX
- e) takový systém v EU neexistuje



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

5. Cena telefonního hovoru na číslo 906 30 20 10 je:

- a) Kč 30,--
- b) Kč 20,--
- c) Kč 10,--
- d) Kč 90,--
- e) nelze určit

6. Záruční lhůta u potravin je:

- a) 1 den
- b) 5 dnů
- c) 8 dnů
- d) 10 dnů
- e) pokud je na potravině uvedena minimální trvanlivost, řídí se tímto údajem

7. Lhůta na reklamaci telefonního účtu je:

- a) 7 dnů
- b) 14 dnů
- c) 30 dnů
- d) 60 dnů
- e) 90 dnů

8. Trustmark je:

- a) značka ekologické nezávadnosti
- b) dobrovolné značení, které kontroluje třetí strana
- c) výrobce se zaručuje dodržovat pravidla přísnější než je zákon
- d) značka recyklovatelného výrobku
- e) značka jakosti v EU

9. Pokud je na určitém zboží napsáno "Spotřebujte do 1.10.2009", znamená to, že po datu 1.10.2009 toto zboží:

- a) se nesmí vůbec prodávat
- b) může se prodávat jedině s označením a odděleně od neprošlých potravin
- c) může se prodávat jedině s označením
- d) může se prodávat se slevou
- e) platí vše výše uvedené

10. Právo na výměnu za nové zboží nebo na vrácení peněz budu mít v případě, že:

- a) vada se projevila do jednoho roku od zakoupení
- b) vada se vyskytla poprvé, je odstranitelná, ale není způsobena mým chybným zacházením
- c) vada je neodstranitelná a brání řádnému používání zboží
- d) řádnému používání zboží vadí opakované vyskytnutí vady
- e) platí vše výše uvedené



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

11. Špatným dluhem rozumíme:

- a) nákup dovolené na splátky
- b) pořízení vlastního bydlení na hypotéku
- c) nákup vánočních dárků na splátky
- d) nákup pračky na úvěr se splatností do 1 roku

12. Doporučná rezerva v rodině má být ve výši:

- a) jednonásobku měsíčních výdajů
- b) dvojnásobku měsíčních výdajů
- c) trojnásobku měsíčních výdajů
- d) až šestinásobku měsíčních výdajů
- e) rezerva se tvořit nemusí

13. Povinným výdajem není:

- a) splátka hypotéky
- b) platba alimentů
- c) nájemné
- d) platba na stavební spoření
- e) nákup ročního kupónu na MHD

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR