

Organizační kultura Studentské unie UTB

Alžběta Hrušková

Bakalářská práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Alžběta Hrušková
Osobní číslo:	K22314
Studijní program:	B0414P180003 Marketingová komunikace
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Organizační kultura Studentské unie UTB

Zásady pro vypracování

- Proveďte literární rešerši a vymezte teoretická východiska pro zadanou bakalářskou práci.
- Stanovte cíl práce, výzkumné metody a výzkumné otázky.
- Zpracujte analýzu organizační kultury Studentské unie UTB a realizujte výzkum zaměřený na organizační kulturu spolku.
- Zodpovězte výzkumné otázky, vyvodte závěry a omezení.

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

BARTÁK, Jan. *Řízení lidí v organizacích*. Praha: Grada, 2023. ISBN 978-80-271-3823-4.
HAJEROVÁ MÜLLEROVÁ, Lenka; DEPOO, Lucie a STRÍTESKÝ, Marek. *Řízení lidských zdrojů v kontextu organizačního chování*. Praha: Wolters Kluwer, 2024. ISBN 978-80-7676-996-0.
KRECHOVSKÁ, Michaela; HEJDUKOVÁ, Pavlína a HOMMEROVÁ, Dita. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Expert. Praha: Grada Publishing, 2018. ISBN 9788024730752.
MASLOW, Abraham Harold. *Motivace a osobnost*. Praha: Portál, 2021. ISBN 978-80-262-1728-2.
MCCORD, Patty. *Powerful: building a culture of freedom and responsibility*. United States: Silicon Guid, 2017. ISBN 978-1-939714-09-1.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.**
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání bakalářské práce: **31. ledna 2025**
Termín odevzdání bakalářské práce: **17. dubna 2025**

L.S.

Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 1. dubna 2025

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení bakalářské práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- 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. 3;
- podle § 60 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 § 60 odst. 2 a 3 mohu užít 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;
- pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na bakalářské práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zaměřuje na organizační kulturu Studentské unie UTB, přičemž cílem je prozkoumat postoje a motivaci jejích členů v kontextu její kultury a organizace. Pro řešení problému byly využity metody kvantitativního i kvalitativního výzkumu, dotazníkového šetření a polostrukturovaných rozhovorů, jejichž výsledky byly analyzovány a vyhodnoceny. Na základě zjištěných dat byla zodpovězeny výzkumné otázky týkající se vnímání organizační kultury a motivace členů. Následně byly formulovány konkrétní návrhy na zlepšení. Výsledky této práce přispívají k lepšímu porozumění organizační kultury Studentské unie a mohou být využity k efektivnějšímu řízení a podpoře motivace jejích členů.

Klíčová slova: Studentská unie UTB, organizační kultura, prvky organizační kultury, typologie organizační kultury, nezisková organizace, motivace

ABSTRACT

The bachelor thesis focuses on the organizational culture of the UTB Student Union, with the aim of examining the attitudes and motivations of its members in the context of its culture and organization. To address the problem, quantitative and qualitative research methods, questionnaire survey and semi-structured interviews were used, the results of which were analysed and evaluated. Based on the data, the research questions regarding members' perceptions of organizational culture and motivation were answered. Subsequently, specific suggestions for improvement were formulated. The results of this thesis contribute to a better understanding of the Student Union's organizational culture and can be used to manage and support members' motivation more effectively.

Keywords: TBU Student Union, organizational culture, elements of organizational culture, organizational culture typology, non-profit organization, motivation

Touto cestou bych mockrát chtěla poděkovat doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. za vedení této práce, podporu a cenné poznatky během psaní. Mé velké díky patří také FMK, především tedy Ústavu marketingových komunikací, za prožití skvělých studentských let, na které člověk jen tak nezapomene. Nesmím opomenout se slovy díky Studentskou unii, bez které by tato práce ani nevznikla. V neposlední řadě také děkuji své rodině a kamarádům za podporu nejen při psaní, ale po celou dobu mého studia.

OBSAH

ÚVOD.....	11
I TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1 ORGANIZACE A JEJÍ KULTURA	13
1.1 ORGANIZAČNÍ KULTURA	13
1.2 PRVKY ORGANIZAČNÍ KULTURY	14
1.2.1 Předpoklady.....	15
1.2.2 Sdílené principy, hodnoty a normy	15
1.2.3 Artefakty	16
1.3 TYPOLOGIE ORGANIZAČNÍ KULTURY	16
1.3.1 Typologie podle Handyho a Harrisona	17
1.3.2 Typologie podle Deala a Kennedyho	18
NEZISKOVÁ ORGANIZACE	20
1.4 TYPY NESTÁTNÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE	20
1.4.1 Spolek.....	20
1.4.2 Fundace	21
1.5 ZNAKY NESTÁTNÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE	21
2 MOTIVACE.....	22
2.1 TEORIE MOTIVACE.....	22
2.1.1 Teorie zaměřené na obsah	23
2.1.2 Teorie zaměřené na proces.....	24
2.2 MOTIVAČNÍ FAKTORY V NEZISKOVÉM SEKTORU	25
3 METODIKA PRÁCE.....	26
3.1 CÍL PRÁCE	26
3.2 ÚČEL PRÁCE	26
3.3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	26
3.4 METODA VÝZKUMU.....	26
3.4.1 Kvantitativní šetření	27
3.4.2 Kvalitativní šetření	27
3.5 TIMING	27
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	28
4 STUDENTSKÁ UNIE, Z. S.	29
4.1 ÚČELY STUDENTSKÉ UNIE UTB	29
4.2 ČLENOVÉ STUDENTSKÉ UNIE UTB.....	30
4.3 STRUKTURA STUDENTSKÉ UNIE UTB.....	31
5 KVANTITATIVNÍ ŠETŘENÍ	33

5.1	IDENTIFIKACE RESPONDENTŮ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	33
5.2	KLÍČOVÉ PRVKY PRO FUNGOVÁNÍ ORGANIZACE	34
5.2.1	Atmosféra a vztahy v organizaci	35
5.2.2	Vnímání pravidel a principů členy v organizaci	35
5.2.3	Materiální prvky Studentské unie.....	37
5.2.4	Nemateriální prvky Studentské unie	38
5.3	KOMUNIKACE JAKO KLÍČOVÝ PRVEK PRO FUNGOVÁNÍ SPOLKU	39
5.3.1	Postoje členů k účelům Studentské unie	42
5.4	MOTIVACE ČLENŮ V RÁMCI SPOLKU	44
6	KVALITATIVNÍ ŠETŘENÍ	46
6.1	VNÍMÁNÍ A CHARAKTERISTIKA ORGANIZAČNÍ KULTURY STUDENTSKÉ UNIE	46
6.1.1	Vliv vedení na atmosféru uvnitř organizace.....	47
6.2	KOMUNIKACE HODNOT, VIZE A POSLÁNÍ	48
6.3	RITUÁLY A TRADICE V ORGANIZACI	49
6.4	SLABÉ STRÁNKY A VNÍMÁNÍ ZMĚN V SOUČASNÉ KULTUŘE.....	50
6.5	PODPORA ANGAŽOVANOSTI, BUDOVÁNÍ TÝMOVÉHO DUCHA A SPOLUPRÁCE	51
6.6	BUDOUCNOST ORGANIZAČNÍ KULTURY Z POHLEDU VEDENÍ	52
7	ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK.....	54
7.1	VO1: JAKÉ JSOU KLÍČOVÉ PRVKY ORGANIZAČNÍ KULTURY STUDENTSKÉ UNIE UTB?	54
7.1.1	Materiální prvky	55
7.1.2	Nemateriální prvky	55
7.2	VO2: JAK VNÍMAJÍ ČLENOVÉ ORGANIZACE TYTO PRVKY?	55
7.2.1	Materiální prvky	56
7.2.2	Nemateriální prvky	56
7.3	VO3: JAKÉ PRVKY ORGANIZAČNÍ KULTURY JSOU DŮLEŽITÉ PRO JEJICH MOTIVACI BÝT ČLENEM ORGANIZACE?	57
7.4	DOPORUČENÍ	58
	ZÁVĚR.....	59
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	61
	SEZNAM GRAFŮ	63
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	64
	SEZNAM PŘÍLOH.....	65

ÚVOD

Organizační kultura hraje důležitou roli v utváření identity organizace, jejím vnitřním fungování i ve vztazích mezi jejími členy. Ve specifickém prostředí neziskových organizací, kde je hlavním podnětem k činnosti často podstatnější vnitřní motivace jednotlivců než finanční ohodnocení, bývá význam organizační kultury velmi důležitý. Prvky, které tuto kulturu formují, ovlivňují nejen atmosféru uvnitř organizace, ale také míru zapojení, angažovanost a motivaci členů.

Tato bakalářská práce se zaměřuje na organizační kulturu Studentské unie UTB (SU UTB), která působí jako studentská nezisková organizace v rámci Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Autorka je sama členem této organizace. Cílem práce je identifikovat klíčové prvky její organizační kultury, zjistit, jak jsou tyto prvky vnímány samotnými členy a jaký vliv mají na jejich motivaci být součástí spolku.

Teoretická část práce se věnuje vymezením pojmu organizační kultury, jejím typologiím a klíčovým prvkům, které organizační kulturu mohou tvořit. Dále se zabývá neziskovými organizacemi a teorií motivace. Také je v rámci teoretické části stanovena metodika práce.

V praktické části je spolek Studentská unie UTB představen a následně formou kvantitativního dotazníkového šetření a kvalitativních rozhovorů jsou zkoumány postoje a motivace členů spolku v kontextu jeho organizační kultury. Na základě výzkumných zjištění jsou zodpovězeny výzkumné otázky, které jsou stanoveny v metodice a formulovány doporučení pro vylepšení organizační kultury spolku.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ORGANIZACE A JEJÍ KULTURA

Kultura je podle Eric B. Shiraev (2020, s. 31) „soubor postojů, chování a symbolů, které jsou sdílené velkým množstvím lidí a zpravidla předávané z jedné generace na druhou.“. Kultura jako taková je považována za základní a nepostradatelný prvek lidské společnosti. Prostřednictvím ní člověk utváří a přetváří svět kolem sebe a zároveň si zachovává svou identitu. Zahrnuje vše, co bylo člověkem vytvořeno, a odlišuje se od toho to, co vzniklo přirozeným způsobem bez lidského zásahu.

Jak uvádí Lukášová (2004, s. 17) kultura není jen souborem předmětů nebo institucí, ale zahrnuje také ideje, hodnoty a vzorce chování, které formují každodenní život.

Organizace je pak vnímána jako ucelený kulturní systém, který si vytváří jedinečné představy, hodnoty a vzorce chování. Tyto prvky se projevují konzistentním nebo podobným jednáním, jak uvnitř samotné organizace, tak navenek (Hajerová, 2024, s. 250).

Tureckiová (2004, s. 7) vnímá organizaci jako systém (uspořádanou věc), vyznačující se určitou vnitřní strukturou a vztahy mezi jednotlivými prvky struktury. Nebo také jako proces, jehož principem je usilovat o koordinované a harmonické propojení aktivit jednotlivců, směřující k dosažení společného cíle, přičemž klíčem je shromáždění a efektivní využití všech nezbytných a dostupných zdrojů, včetně materiálních, finančních, lidských a informačních.

1.1 Organizační kultura

Definice organizační kultury není stále jednoznačná. I když ji novodobí autoři v zásadě chápou podobně, konkrétní vymezení se stále liší.

Lukášová (2010 s. 18) definuje, že organizační kulturu lze chápat jako: „soubor základních předpokladů, hodnot, postojů a norem chování, které jsou sdíleny v rámci organizace a které se projevují v myšlení, cítění a chování členů organizace a v artefaktech (tj. výtvorech) materiálních a nemateriálních.“

Armstrong a Taylor (2015, s. 164) podobně uvádí, že kultura organizace zahrnuje hodnoty, normy, přesvědčení, postoje a předpoklady, které nejsou vždy explicitně vyjádřeny, ale výrazně ovlivňují chování lidí a způsob práce. Hodnoty odrážejí to, co je v chování lidí a organizace považováno za klíčové, zatímco normy představují neformální pravidla chování, která jsou ve společnosti přirozeně dodržována.

Tureckiová (2004, 134) shrnuje pojem organizační kultury volně podle autora Edgara Scheina (1985) takto: „jedná se o soubor základních a rozhodujících představ, hodnot a norem chování, které se v předchozím vývoji osvědčily, jsou sdíleny příslušníky organizace a považovány jimi za obecně platné. Od zaměstnanců (včetně nových) se očekává, že budou tyto hodnoty nejenom respektovat a jednat v souladu s nimi, ale že je budou dále rozšiřovat pomocí prostředků firemní kultury.“

Pokud chceme budovat úspěšnou organizaci neobejdeme se bez neustálého zlepšování organizační kultury. To podle Bartáka (2023, s. 28) znamená, že „lidem je svěřována práce, pro níž jsou způsobilí, která je baví a uspokojuje, vykonávají ji ve vstřícném prostředí a dosahují nadstandartních výsledků, z nichž profituje firma i oni sami. Je výsledkem jejich motivace, spoluúčasti na firemních záměrech, energetizace potenciálu, schopnosti i ochoty se v zájmu firmy i svém vlastním plně angažovat.“

Organizační kultura se formuje jako reakce na výzvy spojené s interní integrací a externí adaptací, přičemž odráží historický vývoj organizace. Současně má schopnost se v průběhu času měnit (Lukášová, 2004, s. 22).

Podle Bartáka (2023, s. 18) se při utváření organizační kultury se management často dopouští následujících nedostatků:

- spokojuje se vytvořením artefaktů bez vazby na firemní filozofii a hodnoty;
- neumí dobře vykomunikovat posláním, hodnoty, pravidla a artefakty, takže je zaměstnanci neznají, neřídí se jimi, nebo se jimi řídí pouze pod hrozbou sankcí, nejsou akceptovány, fungují pouze formálně;
- postrádá leadership, vůdce, jejichž osobní charisma by posílilo zainteresovanost zaměstnanců na rozvoji firemní kultury.

1.2 Prvky organizační kultury

Kulturní prvky lze vnímat jako základní strukturální a funkční složky, které tvoří klíčové stavební bloky kulturního systému. Tyto prvky zároveň fungují jako indikátory obsahu organizační kultury, jelikož na jejich základě tuto kulturu formujeme. Umožňují nám pochopit podstatu organizační kultury a její projevy v konkrétní organizaci.

Organizační kultura se skládá ze základních přesvědčení, hodnot, postojů, norem chování a materiálních i nemateriálních artefaktů, které tvoří její strukturu. Díky znalosti těchto prvků je možné porozumět podstatě organizační kultury, jejímu fungování a projevům.

Chceme-li zkoumat konkrétní organizační kulturu, musíme se zaměřit na její základní přesvědčení, sdílené hodnoty a normy chování, stejně jako na příběhy a tradice, které v organizaci kolují. Tyto prvky slouží nejen jako ukazatele obsahu kultury, ale také jako nástroje pro její utváření. Prvky kultury zároveň zajišťují, jaká přesvědčení, hodnoty a normy jsou ve firmě zastoupeny a jak se dále předávají. (Lukášová, 2010, s. 25-26)

Jak Lukášová (2010, s. 18) tak i Hajerová (2024, s. 252) považují stěžejními prvky organizační kultury: základní přesvědčení, hodnoty, normy, postoje a artefakty.

1.2.1 Předpoklady

Dle Hajerové (2024, s. 252) předpoklady tvoří základní rovinu organizační kultury. Zahrnují základní představy a východiska, které bývají často nevědomé, spontánní a pro vnějšího pozorovatele neviditelné. Jedná se o komplexní pohled na svět a přístup k životu, práci, sobě samému i ke způsobu, jakým vnímáme životy svých spolupracovníků a lidí obecně.

Klíčové aspekty zahrnují:

- vztah k okolnímu prostředí, zejména ke komunitě či prostředí organizace;
- představy organizace o lidské povaze a motivech jednání, které se promítají do pohledu na ostatní spolupracovníky;
- vnímání mezilidských vztahů (například „správné“ uspořádání vztahů na základě kritérií jako věk, sociální původ, předchozí úspěchy či neúspěchy, preference konkurence či spolupráce, individualismus nebo týmová práce);
- názor na pojetí „pravdy“ (její původ a nositele, například autorita vs. tradice, pragmatismus vs. intuice).

1.2.2 Sdílené principy, hodnoty a normy

Hodnota je podle Lukášové (2010, s. 21) to „co je považováno za důležité, čemu jednotlivec či skupina přikládá význam.“ Lze je charakterizovat i jako obecné preference, které se odrážejí do rozhodování jednotlivce či organizace.

Do značné míry jsou ovlivňovány vnějšími faktory a trendy a pro vnějšího pozorovatele jsou jen částečně viditelná. Součástí jsou společenské normy, jako například pravidla slušného chování a komunikace, ale také hodnoty a principy, které organizace uznává. Patří sem i pracovní morálka, loajalita k firmě a vztahy s partnery, zákazníky a akcionáři. Hlášené hodnoty, ať už v písemné či ústní formě, tvoří další důležitou součást střední roviny. Tyto

hodnoty, často formulované jako vize a poslání organizace, deklarují přesvědčení, filozofii a normy, kterými se organizace řídí. Hlásané hodnoty by měly být v souladu s reálným chováním a jednáním uvnitř organizace (Hajerová, 2024, s. 253).

Dle Armstronga (2015, s. 166-167) se normy nejčastěji týkají oblastí jako:

Styl řízení – jakým způsobem jedná management se zaměstnanci, a jaký vztah si zaměstnanci vytvářejí vůči vedení;

Postavení – význam role hierarchie ve firmě, existence nebo nedostatek obvyklých symbolů postavení;

Ambice – postoj k otevřenému projevování ambicí, zda jsou podporovány, nebo je na ně pohlíženo s určitou opatrností;

Výkon – důraz na plnění stanovených výkonových standardů a norem zaměstnanci;

Moc – je založena spíše na odbornosti a schopnostech, soustředěna na vrcholové úrovni, podílejí se na ni různé úrovně v různých částech organizace;

Politika – je aplikována napříč celou organizací a normou chování;

Přístupnost – od manažerů se očekává určitá otevřenost a upřímnost vůči zaměstnancům, protože většina klíčových rozhodnutí se odehrává za zavřenými dveřmi;

Formalita – na všech úrovních se používá/nepoužívá forma tykání, existují například jasně chápaná pravidla týkající se oblékání.

1.2.3 Artefakty

Barták (2023, s. 18) říká, že artefakty mohou mít materiální či nemateriální podobu. Za materiální artefakty můžeme považovat například pracovní prostředí, včetně nástěnky, plakátů, brožur. Naopak nemateriálními artefakty jsou zvyky, příběhy, formy společenského styku, jazykového projevu, oslovování, rituály doprovázeny zvukovými projevy (znělka, fanfáry, hymna) apod.

1.3 Typologie organizační kultury

Typologie pomáhají lépe porozumět a uspořádat komplexní realitu. V kontextu organizací umožňují nahlížet na ně z různých perspektiv a vnímat jejich vztah k nejrůznějším faktorům.

Typologie mají jak teoretický, tak praktický význam. Z teoretického hlediska pomáhají zkoumat typické znaky a obsahy organizační kultury a prohlubovat tak vědecké poznání.

Z praktického hlediska umožňují manažerům porovnat kulturu vlastní firmy s typickými modely a identifikovat tak její silné a slabé stránky.

V následující kapitole se práce zabývá dvěma nejznámějšími typologiemi organizačních kultur, které se staly inspirací pro řadu dalších autorů.

1.3.1 Typologie podle Handyho a Harrisona

Typologie organizační kultury podle R. Harrisona a Ch. Handyho rozděluje organizace do čtyř typů kultur, které se liší zdrojem moci, strukturou a dominantními hodnotami. Jeho práce z roku 1972 představila první ucelenou typologii, která rozdělila organizační kultury do čtyř základních skupin: kultury moci, úkolů, rolí a osob. Harrisonovu typologii, která klade důraz na vztah mezi kulturou a organizační strukturou, později rozvinul Charles Handy, ten doplnil Harrisonovu typologii o vizuální stránku v podobě piktogramů, které názorně ilustrují charakteristiky jednotlivých typů kultur.

Tuto typologii organizační kultury pak Barták (2023, s 20-21), Lukášová (2010, s. 99-102) popisují následovně:

Kultura moci

Kultura moc se vyznačuje dominantním autoritativním jedincem v centru organizace, který direktivně řídí a rozhoduje o jejím směřování. Minimalizuje se byrokracie a pravidla, důraz se klade na vzájemnou důvěru a efektivní komunikaci. Zaměstnanci jsou hodnoceni na základě dosažených výsledků, přičemž cesta k nim není tolik důležitá. Je silná, flexibilní a umožňuje rychlou reakci na změny a hrozby. Pro ostatní může působit tvrdě a neosobně, i přes svou efektivitu. Je typická pro malé, zejména rodinné podniky, ale i pro některé obchodní a finanční společnosti a organizace vyžadující krizové řízení.

Kultura rolí

V kultuře rolí má každý jasně danou pozici s přesnými pravidly, postupy a zodpovědností. Očekává se, že zaměstnanci budou tato pravidla a postupy důsledně dodržovat. Důležitější než kreativita a inovativní myšlení je v tomto případě odborná kvalifikace a schopnost plnit úkoly podle stanovených pravidel. Rozhodování je založeno na logice a racionálním uvažování v rámci existujících norem a postupů. Tento styl řízení se hodí spíše do stabilního prostředí bez velkých a náhlých změn, typicky pro státní správu nebo některé velké společnosti.

Kultura úkolů

Pro tuto kulturu je typická orientace cíl. Pravomoci se odvíjejí především od způsobilostí, aby úkoly byly přiděleny vhodným lidem a aby byly projekty úspěšně realizovány. Tento typ kultury udržuje hromadnou zodpovědnost a jejich práce je poměrně samostatná. Klíčová je zde také týmová práce a individuální řízení. Pracovní rozhodnutí se zde provádí rychle, z čehož vyplývá flexibilita organizace.

Osobnostní kultura

Středem veškerého dění je jednotlivec. Vhodná převážně pro individuální specifické profese. Základem moci je odbornost, uplatňuje se ale jen v případě, že je opravdu nutná. Jedná se o samořízení jedinců, kteří pracují relativně samostatně, ale spojuje je sdílení společných či navazujících činností. Schématicky může být znázorněna jako shluk, v němž žádný jednotlivec nemá dominantní postavení, kde vztahy členů jsou pouze partnerské.

1.3.2 Typologie podle Deala a Kennedyho

T. E. Deal a A. A. Kennedy tvrdí, že kultura organizace je silně ovlivněna prostředím, sociálním i podnikatelským, ve kterém podniká. Prozkoumali stovky firem a zjistili, že lze identifikovat čtyři základní typy firemní kultury. Toto rozlišení na čtyři typy je podle nich determinováno dvěma základními aspekty trhu, a to mírou rizika a rychlostí zpětné vazby trhu. Je důležité si uvědomit, že většina firem má smíšenou kulturu, která kombinuje prvky různých typů. Například marketingová oddělení se můžou blížit kultuře „drsných hochů“, zatímco ekonomické útvary mívají byrokratické rysy „procesní kultury“.

Volně je pak tuto typologii popisují Lukášová a Nový (2004, s. 79-80) takto:

Kultura drsných hochů

V kultuře „drsných hochů“ se cení individualismus, rychlost a ochota riskovat. Úspěch se měří posledním výkonem a chyby se neodpouští. Tito lidé touží po rychlém vzestupu a slávě, ale jejich hvězda může stejně rychle zhasnout. Jsou soutěživí, tvrdí k sobě i ostatním a často se "vyhoří" ještě před středním věkem. Tento typ kultury se hodí pro dynamické obory jako je zábavní průmysl, reklama či stavebnictví, kde je potřeba rychlá zpětná vazba. Nevýhodou je vysoká fluktuace, potíže s týmovou prací a s dlouhodobými projekty.

Kultura tvrdé práce

V této kultuře je důležitá aktivita, iniciativa a týmová práce. Zaměstnanci jsou orientováni na výkon a rychlé výsledky, úspěch se měří objemem prodeje nebo výroby. Typickým příkladem jsou prodejní firmy nebo společnosti zaměřené na masového konzumenta. Vyznačuje se nízkým rizikem a rychlou zpětnou vazbou. Důraz hodnotou kultury tvrdé práce je zaměření na zákazníka a jeho potřeby. Nevýhodou může být upřednostňování kvantity před kvalitou a vysoká fluktuace, pokud se nedostaví očekávané výsledky.

Kultura sázky na budoucnost

V kultuře „sázky na budoucnost“ firmy podstupují vysoká rizika s pomalou zpětnou vazbou, typicky v oblastech jako letectví, farmacie či energetika. Rozhodnutí jsou náročná a vyžadují důkladné plánování a minimalizaci rizik, jelikož lidé, kteří rozhodují, riskují budoucnost celé společnosti. Není možnost chybovat. Zaměstnanci jsou technicky zdatní, respektují hierarchii a jsou ochotni pracovat pod tlakem. Kariérní postup je pomalý a vyžaduje trpělivost. Důležitá je spolupráce a uvážlivost.

Procesní kultura

Procesní kultura je typická pro organizace s nízkým rizikem a pomalou zpětnou vazbou, jako jsou banky, pojišťovny a státní správa. Zaměstnanci se zaměřují na dodržování postupů a detailů. V této kultuře se cení technická dokonalost a přesnost. Kvůli nedostatku zpětné vazby bývají pracovníci opatrní a lpí na zavedených procesech. Úspěch se měří spíše postupem v hierarchii než konkrétními výsledky.

NEZISKOVÁ ORGANIZACE

Neziskové organizace jsou významnou součástí občanského života i ekonomiky. Z ekonomického hlediska se organizace za neziskovou může označovat v případě, že nebyla založena za účelem zisku. Jak popisuje Bačuvčík (2011, s. 36) je důležité si uvědomit, že neziskovost neznamená, že by takové organizace byly zcela vyňaty z ekonomického uvažování nebo že by jejich provoz nevyžadoval žádné náklady. Neziskovost spočívá v tom, že pokud organizace dosáhne účetního zisku, nesmí jej rozdělit mezi své zakladatele, členy nebo zaměstnance. Místo toho jej musí využít k naplňování svého poslání, například investováním do modernizace nebo rozšíření poskytovaných služeb.

Hlavním cílem neziskových organizací tedy není generovat ekonomickou hodnotu, ale přispívat ke společenskému prospěchu. Tento přínos zahrnuje zlepšování sociálních, environmentálních a správních aspektů, což vede ke zvýšení blahobytu jednotlivců, komunit a případně i životního prostředí. Patří sem například aktivity spojené s udržitelným rozvojem, společenskou odpovědností organizací. U neziskových organizací lze tedy mluvit o určitém „zisku“, ale spíše v oblasti morálních či etických přínosů. Na rozdíl od podniků považují neziskové organizace společenskou hodnotu za svůj hlavní cíl, nikoli jako prostředek k dosažení ekonomického zisku (Plaisance a Goujon Belghit, 2024, s. 30).

1.4 Typy nestátní neziskové organizace

Podle Krechovské (2018, s. 28-33) můžeme za nejpodstatnější nestátní neziskové organizace považovat například: spolky, fundace, ústavy, politické strany a politická hnutí, zájmová sdružení právnických osob.

V následující kapitole budou podrobněji popsány spolky a fundace.

1.4.1 Spolek

Spolek představuje právní formu sdružení, které je založeno za účelem dosažení společného cíle. Jeho činnost může směřovat buď k veřejně prospěšným aktivitám, nebo k uspokojování potřeb svých členů. K založení spolku je nutné, aby se sešly alespoň tři osoby, které spojuje společný zájem, a společně se dohodly na podobě stanov. Spolek může být, ale také založen tím, že svolavatel uspořádá ustanovující schůzi, na níž jsou stanovy schváleny. K jeho vzniku dochází zápisem do veřejného rejstříku. Stanovy spolku musí obsahovat název, přičemž je nutné zahrnout označení „spolek“, „zapsaný spolek“ nebo zkratku „z. s.“, dále sídlo, účel spolku, práva a povinnosti členů a určení statutárního orgánu. Kromě těchto

povinných náležitostí mohou stanovy obsahovat i další informace, například typy členství, podmínky zániku členství, pravidla pro volbu orgánů nebo postupy při zrušení spolku. Stanovy musí být uloženy v sídle spolku. Mezi orgány spolku patří statutární orgán, například předseda nebo výbor, a nejvyšší orgán, kterým je zpravidla členská schůze. Ta rozhoduje o klíčových otázkách, jako jsou změny stanov, hospodaření či přijímání a vylučování členů. Pravomoci orgánů lze upravit podle potřeb spolku a mohou být i sloučeny do jednoho orgánu (Pelikánová, 2018, s. 31-32).

1.4.2 Fundace

Fundace představují další typ nevládních neziskových organizací. Jedná se o právnické osoby, které vznikají na základě vyčlenění určitého majetku pro konkrétní účel. Jejich činnost je vždy spojena s tímto stanoveným účelem. Fundace mohou být zřízeny buď zakladatelským právním jednáním, nebo přímo zákonem, přičemž musí být jasně vymezeno, jaký majetek bude fundaci zajišťovat a jaký je její účel. Mezi fundace se řadí například nadace a nadační fondy (Krechovská, 2018, s. 31).

1.5 Znak nestátní neziskové organizace

Bačuvčík (2011, s. 39-40) a Krechovská (2018, s. 37-38) se ve svých pracích věnovali popisu hlavních znaků nestátních neziskových organizací (NNO) následovně:

Neziskový charakter – veškerý zisk získaný z aktivit organizace není rozdělován mezi členy, ale slouží výhradně k rozvoji organizace a naplňování jejích cílů.

Samosprávné a nezávislé – řídí se vlastními vnitřními pravidly a nejsou podřízené kontrole státu ani jiných externích institucí.

Institucionalizace – to znamená, že do určité míry legislativa konkrétního státu upravuje činnost NNO. Organizovanost může být ale také naplněná jiným způsobem například pravidelnými schůzemi, přítomností řádných členů/zaměstnanců a podobně.

Dobrovolnost – činnost NNO vychází z dobrovolné činnosti, jak v případě poskytování služeb nebo ve vedení organizace.

Prospěšnost – organizace usilují o zlepšení či stabilizaci životních podmínek jednotlivců, skupin nebo celé společnosti.

Soukromý charakter – NNO fungují nezávisle na státu a nejsou součástí státní správy nebo místní samosprávy, což vede k omezené podpoře ze strany státu.

2 MOTIVACE

V organizaci se motivace pojí s realizací pracovního výkonu a celkové výkonnosti zaměstnance. Motivace totiž směřuje zaměstnance k určitému chování. I když má jedinec potřebné schopnosti a dovednosti pro výkon práce, jeho plný potenciál nemusí být využit. Klíčovou roli zde hraje právě motivace, protože efektivní pracovní výkon závisí nejen na vysoké úrovni schopností a dovedností, ale také na míře motivace jedince (Hajerová 2024, s. 77).

Latham a Pinder (2005, s. 485) pak motivaci popisují jako soubor energetických sil, které vznikají uvnitř i vně zaměstnance, podněcuje jeho pracovní nasazení a ovlivňuje směr, intenzitu i vytrvalost tohoto úsilí.

Provazník a Komárková (2004, s. 23) popisují motivaci jako stav, kdy nevědomé vnitřní podněty působí na lidskou psychiku směřují člověka a jeho činnost určitou cestou.

Motivace se soustředí na budoucnost, na podporu snahy jednat žádoucím způsobem, na probuzení zájmu a na zvýšení aktivity. Zahrnuje osobní úsilí, vytrvalost a specifické zaměření tohoto úsilí. S tím úzce souvisí také hodnocení pracovního výkonu, které je však zaměřeno na minulost a je úzce propojeno s motivací. Proces hodnocení a motivace má pro manažerskou práci výrazně veliký přínos. Například přispívá k vyšší loajalitě a stabilitě zaměstnanců, zvyšuje jejich výkonnost, zlepšuje efektivitu práce, která následně může vést k úsporám. Pomáhá také snížit potřebu časté kontroly ze strany nadřízených a posiluje tedy osobní zodpovědnost motivovaných pracovníků (Evangelu, 2013, s. 96-97).

2.1 Teorie motivace

Existuje spousta teorií a konceptů, které se snaží zdůvodnit, proč jsou někteří zaměstnanci motivovanější, nebo mají obecně silnější popud se zapojovat (Hajerová, 2024, s. 80).

Maslow (2021, s. 53-54) ve své knize uvádí, že v každé teorii motivace je také velmi důležité zmínit alespoň základní informace o prostředí či situaci, v níž se organismus nachází. Lidská motivace se zřídka projevuje v chování nezávisle na okolnostech nebo vztazích s ostatními lidmi. Každá teorie motivace musí tuto skutečnost zohlednit a zahrnout roli kulturní determinace jak na prostředí, tak na samotného člověka. Nesmí se z toho ale stát samozřejmost, hrozí totiž nadměrné zaměření na vnější vlivy, kulturu, prostředím či situací. Teorie motivace by měla tedy zohledňovat vliv situace, ale nesmí se soustředit výhradně na

ni. Jinak bychom opustili zkoumání toho, co je v organismu stálé, a zaměřili se pouze na pochopení jeho prostředí.

Armstrong a Taylor (2015, s. 220-223) rozdělují teorie motivací na dva typy: Teorie zaměřené na obsah a Teorie zaměřené na proces.

2.1.1 Teorie zaměřené na obsah

Teorie zaměřené na obsah (teorie potřeb) se soustředí na identifikaci faktorů spojených s motivací. Vycházejí z předpokladu, že motivaci tvoří potřeby, přičemž nenaplněné potřeby vyvolávají napětí a narušují rovnováhu. K obnovení rovnováhy je nutné stanovit cíl, který potřebu uspokojí, a zvolit odpovídající chování vedoucí k dosažení tohoto cíle a naplnění potřeby. Motivace chování je tedy spojena s nenaplněnými potřebami (Armstrong a Taylor, 2015, s. 220).

Příkladem těchto teorií může být:

Maslowova teorie – hierarchie potřeb – Abraham Maslow (2015, s. 59-70) uvádí, že lidské potřeby lze rozdělit do pěti základních kategorií potřeb: fyziologické, bezpečí, náležitosti a lásky, úcty a sebeaktualizace. Tyto potřeby jsou hierarchicky uspořádány, přesto vzájemně propojené. Naše motivace je ovlivněna nejen touhou tyto potřeby naplnit, ale také snahou udržet podmínky, které vedou k jejich uspokojení, a rovněž intelektuálnímu cíli. Nejsilnější potřeba dominuje vědomí a řídí naše chování, zatímco méně naléhavé potřeby ustupují do pozadí. Jakmile je určitá potřeba uspokojena, přestává být hlavním motivátorem a do popředí se dostává další, významnější potřeba.

Každé motivované chování, ať už směřující k přípravě nebo k dosažení cíle, slouží jako prostředek k vyjádření či naplnění různých základních potřeb zároveň a je obvykle poháněno více než jedním motivem. Teorie motivace se neztotožňuje s teorií chování. Motivace totiž představují jen jednu ze skupin faktorů ovlivňujících chování. Ačkoli je chování téměř vždy motivováno, současně je utvářeno také biologickými, kulturními a situačními vlivy (Maslow, 2015, s. 1).

Herzbergova dvoufázová teorie – Se zabývá faktory, které ovlivňují spokojenost a nespokojenost zaměstnanců v pracovním prostředí. Na základě výzkumu identifikoval Herzberg dvě skupiny faktorů, a to motivační a hygienické. Motivační faktory souvisejí s obsahem práce a zahrnují prvky, jako je potřeba dosáhnout úspěchu, odpovědnost, zájem o práci či možnost povýšení. Tyto faktory působí jako vnitřní motivátory, které přispívají

k pozitivním postojům k práci a ke spokojenosti zaměstnanců. Hygienické faktory se týkají kontextu práce, například výše mzdy nebo pracovních podmínek. Pojem „hygiena“ zde odkazuje na jejich preventivní roli – správné nastavení těchto faktorů může zabránit nespokojenosti, avšak nepřispívá k dlouhodobé spokojenosti nebo motivaci. Teorie zdůrazňuje význam vnitřních motivačních faktorů a poukazuje na důležitost kombinace peněžních i nepeněžních odměn při tvorbě efektivních motivačních systémů. Herzberg navíc prosazoval koncept obohacení práce, jehož cílem je maximalizace příležitostí k dosažení vnitřního uspokojení a zlepšení kvality pracovního života Armstrong a Taylor, 2015, s. 221).

2.1.2 Teorie zaměřené na proces

V těchto teoriích se důraz klade na psychické procesy a síly, které ovlivňují motivaci obdobně jako základní potřeby. Jsou také označovány jako kognitivní (poznávací) teorie, protože se soustředí na to, jak lidé vnímají své pracovní prostředí, jak ho interpretují a chápou (Armstrong a Taylor, 2015, s. 222).

Expektační teorie – Hajerová (2024, s. 80-81) tuto teorie vysvětluje tak, že vychází z předpokladu, že lidé jsou motivováni k jednání na základě očekávání, že jejich úsilí povede k určitému výsledku, který je pro ně přínosný. Klíčovými komponenty expektační teorie jsou tři základní faktory:

- Expektance představuje subjektivní pravděpodobnost, že úsilí povede k požadovanému výkonu.
- Instrumentality je přesvědčení, že dosažený výkon povede k určitému výsledku.
- Valence představuje subjektivní hodnotu, kterou jedinec přikládá očekávanému výsledku. Různí lidé mohou hodnotit odměny odlišně (např. finanční bonus versus profesní růst).

Teorie stanovení cílů – Vychází z přesvědčení, že je vždy důležité myslet na to, aby cíle byly dostatečně konkrétní, měřitelné a aby poskytly zpětnou vazbu. To do jisté míry poskytuje aplikování systému SMART. Tato zkratka zahrnuje praktické vlastnosti cíle: konkrétní, měřitelné, dosažitelné, relevantní, termínovaný. Přesto to, jak bude cíl obtížný v této charakteristice obsaženo není (Hajerová, 2024, s. 84).

Podle Armstrong (2015, s. 225) bývá tato teorie bývá občas zpochybňována. Lidé si stanovují odlišné cíle v závislosti na situaci, a proto je těžké obhájit předpoklad, že jsou cíle vždy jasně definované a dosažitelné.

Teorie spravedlnosti – Tato teorie vyplývá z tzv. fenoménu sociálního porovnávání. Zaměřuje, jak lidé vnímají to, jak se s nimi zachází ve srovnání s ostatními. Zaměstnanci posuzují spravedlnost svých odměn ve vztahu ke svému úsilí nebo kvalifikaci a že přitom porovnávají vlastní poměr vstup/výstup s ostatními jedinci. Pokud vnímají poměr jako nevýhodný, pocítují nespravedlnost. Tato teorie však objasňuje pouze jeden aspekt motivace a pracovní spokojenosti, i když může mít významný dopad na morálku a pracovní výkon (Armstrong a Taylor, 2015, s. 225) a (Hajerová, 2024, s. 84-85).

2.2 Motivační faktory v neziskovém sektoru

Neziskové organizace nejsou primárně zaměřené na tvorbu zisku, ale na poskytování veřejně prospěšných služeb, které vycházejí z jejich definovaného poslání. Toto poslání by mělo být stručné, jasné a srozumitelné, aby mu všichni zaměstnanci rozuměli a dokázali ho jednotně vnímat. Jeho naplnění se uskutečňuje prostřednictvím konkrétních projektů organizace (Newman, 2024, s. 7-8).

McCord (2017, s. 13) ve své knize uvádí, že týmové úspěchy jsou nejvíce podpořeny tehdy, když všichni členové sdílí jasnou vizi konečného cíle a mají svobodu hledat kreativní způsoby, jak jej dosáhnout. Klíčovým motivačním faktorem je také spolupráce s talentovanými lidmi, kteří si vzájemně důvěřují, podporují se a zároveň se inspiroují k dosažení lepších výsledků. Mezi nástroje motivace můžeme zařadit například pochvalu, zpětnou vazbu, povýšení, přátelské prostředí či úpravu pracovní doby. Role manažerů spočívá v zajištění vysoké výkonnosti týmu, kde každý jednotlivec přispívá svou prací a vzájemně se podněcuje ke zlepšení. Aby bylo možné udržet efektivitu a flexibilitu, je nezbytné minimalizovat nadbytečná pravidla, postupy a schvalovací procesy, které zpomalují inovace a rozhodování. Tento princip lze podpořit neustálým experimentováním a průběžným zjednodušováním procesů. Pokud se ukáže, že určitá pravidla či zásady jsou skutečně nezbytné, mohou být znovu zavedeny. Stejně jako se firmy neustále snaží vylepšovat své produkty a služby, měly by se také systematicky zaměřovat na zlepšování firemní kultury.

Někteří pracovníci v neziskových organizacích jsou poháněni nadšením a jasným cílem. Hlavním motivem přitom není finanční odměna, mnoho lidí právě v neziskovém sektoru hledá smysluplnou práci. Tento přístup posiluje jejich pracovní angažovanost a loajalitu k organizaci, pokud jim poskytne dostatečné příležitosti k profesnímu růstu, osobnímu rozvoji a uznání za jejich úsilí (silentpartnersoftware.com, 2023).

3 METODIKA PRÁCE

3.1 Cíl práce

Cílem práce je identifikovat prvky organizační kultury Studentské unie UTB, zjistit, jak tyto prvky vnímají samotní členové a jaký má organizační kultura vliv na jejich motivaci.

3.2 Účel práce

Účelem bakalářské práce je identifikovat prvky organizační kultury Studentské unie UTB. Výzkum bude zaměřen na zjištění, jakým způsobem tyto prvky vnímají samotní členové a jaký vliv má organizační kultura na jejich motivaci. Výsledky výzkumu budou následně sloužit vedení Studentské unie UTB jako podklad pro zlepšení organizace a motivace členů, což může vést k lepšímu chodu spolku a ke zlepšení organizace a zvýšení motivace členů.

3.3 Výzkumné otázky

Pro bakalářskou práci byly stanoveny následující výzkumné otázky.

VO1: Jaké jsou klíčové prvky organizační kultury Studentské unie UTB?

VO2: Jak vnímají členové organizace tyto prvky?

VO3: Jaké prvky organizační kultury jsou důležité pro jejich motivaci být členem organizace?

3.4 Metoda výzkumu

V rámci bakalářské práce budou realizovány dvě metody výzkumu: kvantitativní a kvalitativní. Kvantitativní výzkum bude zahrnovat dotazníkové šetření mezi členy spolku, zatímco kvalitativní výzkum bude založen na polostrukturovaných rozhovorech s vedením Studentské unie UTB.

Na začátku výzkumu se uskuteční kvantitativní šetření zaměřené na analýzu organizační kultury všech členů spolku. Výsledky tohoto šetření poté poslouží jako podklad pro vytvoření polostrukturovaných rozhovorů, kterými bude dotazováno vedení Studentské unie UTB.

3.4.1 Kvantitativní šetření

Kvantitativní výzkum bude realizován prostřednictvím dotazníkového šetření na platformě Formuláře Google, které bude cíleno na všechny členy Studentské unie UTB. Dotazníky budou distribuovány elektronicky, a to prostřednictvím e-mailu a interního komunikačního systému Studentské unie UTB.

Studentská unie UTB má v současné době 69 řadových členů, jedná se tedy o maximální počet responzí, cílem je získat alespoň 45 relevantně vyplněných dotazníků.

Dotazník bude zpracovaný do sekcí a na základě odpovědí respondentů budou zobrazovány doplňkové otázky. Dotazník bude zahrnovat otázky zaměřené na demografické údaje respondentů (věk, pohlaví, délka členství), vnímání jednotlivých prvků organizační kultury (hodnoty, normy, symboly) a motivaci členů. Předpokládaná časová náročnost pro respondenty je 25 minut. Finální verze dotazníku bude k nalezení v příloze P I.

3.4.2 Kvalitativní šetření

Kvalitativní výzkum bude realizován formou polostrukturovaných rozhovorů s vedením Studentské unie UTB. Šetření bude probíhat s pěti zástupci vedení zahrnujícím prezidenta, viceprezidenta, tajemníka a 2 členy HR. Respondenti budou vybíráni na základě jejich role a vlivu na formování organizační kultury. Rozhovory budou vedeny podle předem připraveného scénáře, který bude obsahovat klíčová témata, jako jsou vize a mise organizace, hodnoty, rituály a styl vedení. Tento scénář bude vytvořen na základě výsledků kvantitativního výzkumu, aby bylo možné získat hlubší porozumění vnímání organizační kultury z perspektivy vedení. Rozhovory budou vedeny osobně. Finální verze scénáře polostrukturovaného rozhovoru bude k nalezení v příloze P II.

3.5 Timing

Kvantitativní šetření bude probíhat od 19. února do 4. března 2025, přičemž sběru dat bude předcházet pretest. Po shromáždění dat budou odpovědi respondentů analyzovány a získané poznatky budou začleněny do kvalitativního šetření. To bude realizováno formou polostrukturovaných rozhovorů, které jsou naplánovány na konci března 2025.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 STUDENTSKÁ UNIE, Z. S.

„Spolek Studentská unie UTB, z. s. (dále jen „SU UTB“) je právnickou osobou založenou v souladu se zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění. Má sídlo na adrese Růmy 4046, Zlín, 760 01.“ (Studentská unie, 2022, s. 1)

Studentská unie UTB byla založena v roce 2005 studenty Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, kteří chtěli vytvořit celouniverzitní organizaci propojující studenty všech fakult. Vznikla sloučením tří fakultních studentských spolků. Myšlenku sjednocení všech fakult pod jednu organizaci navrhl Mgr. Radoslav Štefánek, který se po spojení stal jejím prvním prezidentem.

Hlavním cílem SU je zpříjemnit život ve Zlíně v oblasti kultury, sportu, vzdělání a propagace nejen studentům, ale také zaměstnancům univerzity a široké veřejnosti. Spolek představuje dobrovolné sdružení lidí, není řízen vládou, neusiluje ani o zisk a nemá politický charakter. V současnosti sdružuje více než šedesát členů, kteří se do jejích aktivit zapojují dobrovolně. Přestože není součástí Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, úzce s ní spolupracuje. Přehled všech veřejných akcí je v příloze P V: Přehled veřejných a interních akcí Studentské unie UTB.

Studentská unie není jediným studentským spolkem na UTB v Uherském Hradišti se nachází ještě Unie studentů (USUH), která pod univerzitu také spadá. Přestože působí v různých městech, organizace spolu kooperují a vzájemně se podporují.

4.1 Účely Studentské unie UTB

Konkrétní účely organizace jsou stanoveny ve stanovách a jsou definovány následovně:

1. „Snažit se o neustálý rozvoj prostředí, života a vzdělání studentů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (dále jen „UTB“).
2. Zastupovat zájmy studentů UTB při jednání s vedením univerzity, fakult a dalšími organizacemi.
3. Spolupracovat s dalšími organizacemi zastupujícími studenty UTB.
4. Reprezentovat studenty UTB při jednání na veřejnosti.
5. Chránit zájmy členů, čestných členů SU UTB a studentů UTB.
6. Vzdělávat členy SU UTB.

7. Organizovat kulturní, společenské, vzdělávací a sportovní akce, a to primárně pro studenty UTB, zaměstnance UTB a veřejnost města Zlín.
8. Informovat studenty o dění na UTB a jejich fakultách.
9. Podporovat zapojení zahraničních studentů do dění na UTB.
10. Budovat pozitivní image UTB.“ (Studentská unie UTB, z. s., 2022, s. 2).

4.2 Členové Studentské unie UTB

Členem SU UTB se může stát každá fyzická osoba, která je zároveň řádným studentem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, tedy složila imatrikulační slib UTB a je zapsána do jakékoliv formy studia na UTB. Tato osoba zároveň souhlasí se stanovami a účely SU UTB a zavazuje se plnit uvedené povinnosti člena SU UTB. O přijetí do spolku rozhoduje Správní rada na Valné hromadě a o tomto záměru informuje členy. Členství vzniká v momentě, kdy Správní rada SU UTB rozhodne o přijetí nového člena na základě jeho žádosti.

Každý člen SU UTB má právo aktivně se podílet na chodu organizace a ovlivňovat její fungování. Má možnost hlasovat o všech projednávaných záležitostech Valné hromady a být volen do všech funkcí SU UTB. Člen může navrhnout Správní radě jakoukoli záležitost k projednání či vyjádření a jednat jménem SU UTB, pokud k tomu obdrží pověření od Správní rady. Dále má právo využívat prostory a vybavení kanceláře SU UTB pro práci sdružení, přičemž k jiným účelům je jejich využití možné pouze se souhlasem Správní rady. Členům náleží veškeré výhody plynoucí ze členství. Mohou také podávat návrhy Valné hromadě na vyloučení člena, jeho odvolání ze všech funkcí a nominovat kandidáty do funkcí SU UTB, s výjimkou Viceprezidenta a Tajemníka.

Každý člen SU UTB má povinnost dodržovat stanovy SU UTB a aktivně se podílet na činnosti spolku. Člen je povinen účastnit se zasedání Valné hromady, respektovat a realizovat rozhodnutí Správní rady a projednávat požadavky, návrhy či stížnosti směřované k SU UTB. Dále má odpovědnost informovat vedoucího svého týmu či sekce o své činnosti dle předem stanovených pravidel. Členové SU UTB zastupují zájmy studentů všech fakult UTB v souladu s rozhodnutími Správní rady, zároveň informují studenty o činnosti SU UTB.

Členství v SU UTB může zaniknout několika způsoby. Patří mezi ně oznámení o vystoupení člena Správní radě, ukončení studia na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně, neúčast na třech po sobě jdoucích Valných hromadách bez udání důvodu, rozhodnutí Valné hromady

o vyloučení člena ze spolku, úmrtí člena, zánik spolku nebo vznik skutečnosti, která podle dobrých mravů, zákona či stanov SU UTB brání členství.

Čestným členem se automaticky stává každý člen Správní rady poté, co řádně dokončí svůj mandát – tedy nebyl ze své funkce předčasně odvolán Valnou hromadou. Nebo se jím může stát osoba, které bylo členství uděleno na základě hlasování Valné hromady SU UTB. Čestný člen má všechna práva člena SU UTB, kromě práva hlasovat. Čestný člen SU může být i přesto, že již není studentem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

4.3 Struktura Studentské unie UTB

Studentská unie UTB má svou strukturu, která je nezbytná pro její správné fungování. Tato struktura zahrnuje několik klíčových funkcí, které zajišťují efektivní řízení a rozvoj organizace. Toto organizační uspořádání je definováno ve stanovách spolku Studentské unie (2022, s. 9-13) a je totožné i s reálnou praxí. V rámci SU existují následující čtyři orgány: Valná hromada, Správní rada, prezident (statutární zástupce SU UTB) a Revizní komise.

Správní rada je výkonným orgánem spolku. Skládá se ze členů spolku a její počet je určen valnou hromadou. Minimální počet jsou tři členové – prezident, viceprezident a tajemník, kteří jsou voleni Valnou hromadou a jejich funkce vzniká po podpisu jmenovací listiny. Správní rada řídí činnost organizace, zpracovává podklady pro Valnou hromadu a činí strategická rozhodnutí.

Prezident Studentské unie UTB, který je volen na dvouleté funkční období. Prezident je předsedou správní rady a je zodpovědný za celkový chod organizace a její reprezentaci na veřejnosti. Je povinen informovat členy SU UTB o všech záležitostech, které mají vliv na fungování a chod spolku. Zároveň má podpisové právo. Po svém zvolení má prezident povinnost nominovat Tajemníka a Viceprezidenta organizace a svolat Valnou hromadu, kde probíhají volby právě těchto funkcí.

Viceprezident Studentské unie UTB, stejně jako prezident, je volen na dvouleté období a je nominován prezidentem. Funkcí viceprezidenta je zajišťovat náhradu prezidenta v případě, že ten není schopen vykonávat svou funkci po dobu více než šedesáti dní. V takovém případě viceprezident svolává Valnou hromadu za účelem volby nového prezidenta. Kromě toho má viceprezident pravomoc plně zastupovat prezidenta na základě jeho ústního svolení a je také zároveň členem Správní rady.

Tajemník Studentské unie UTB, jenž je rovněž volen na dva roky, se zaměřuje na finanční záležitosti spolku. Je odpovědný za vedení účetnictví, správu účetních dokladů, správu bankovních účtů organizace a tvorbu rozpočtu. Dále se stará o vyhotovení a odevzdání daňového přiznání v termínech stanovených legislativou České republiky. Také je povinen kontrolovat správnost a včasnost daňových přiznání.

Revizní komise je kontrolním orgánem Studentské unie UTB, je taktéž volena Valnou hromadou na 2 roky. Je tvořena třemi členy, kteří musí být řádnými členy SU, ale nesmí být členy Správní rady. Její povinností je kontrolovat hospodaření spolku a připravovat revizní zprávy Valné hromadě.

Další součástí struktury je například **HR manažer**, jenž zajišťuje dobré vztahy mezi členy SU UTB a vedením. Řeší interní problémy, které mohou vzniknout mezi jednotlivými členy nebo mezi vedením a členy, a zajišťuje hladký chod projektových týmů. HR manažer organizuje teambuildingové aktivity, které podporují propojení všech členů spolku a zajišťují jeho funkčnost.

Kromě těchto funkčních postů existují i další orgány, jako je **Valná hromada**, která je nejvyšším orgánem organizace a tvoří ji všichni členové SU UTB. Valná hromada se pravidelně schází a rozhoduje o zásadních záležitostech, jako jsou volby členů Správní rady a Revizní komise, přijetí nových členů a schválení rozpočtu. Správní rada je výkonným orgánem, který řídí každodenní činnosti a zpracovává materiály pro Valnou hromadu.

Celá struktura SU UTB je navržena tak, aby zajistila efektivní a transparentní řízení organizace, kde každý člen má svou roli a zodpovědnost při snaze dosažení společných cílů spolku.

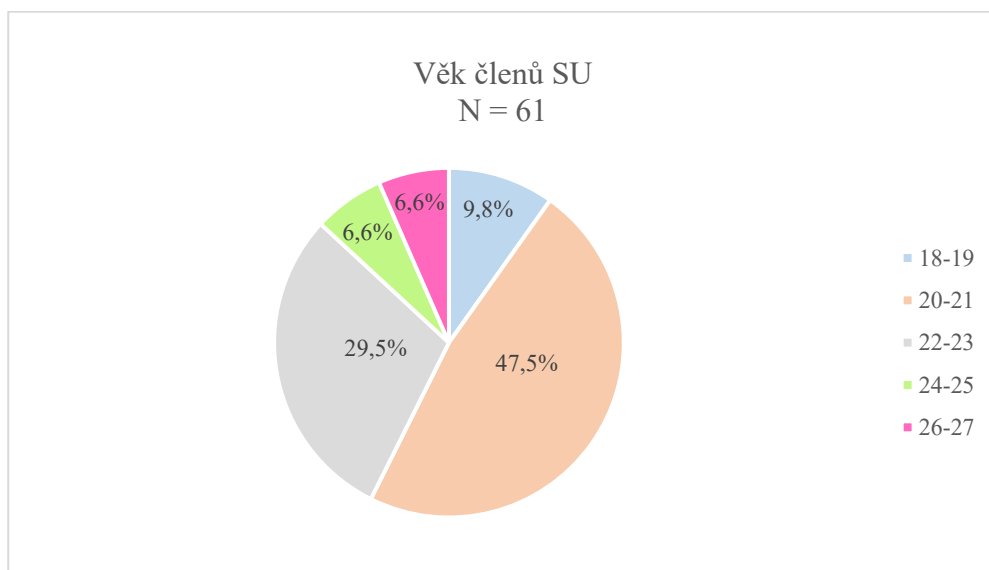
5 KVANTITATIVNÍ ŠETŘENÍ

Kvantitativní výzkum byl proveden formou dotazníkového šetření mezi všemi členy Studentské unie UTB. Celkem bylo osloveno 69 členů, z nichž se podařilo získat 61 vyplněných dotazníků. Tím byl splněn cíl stanovený v metodické části práce, který předpokládal minimálně 45 odpovědí. Samotné šetření probíhalo v souladu s časovým harmonogramem uvedeným v metodice. Před samotným spuštěním dotazníkového šetření proběhl pretest s bývalými členy spolku, na základě, kterého byl následně upraven. Dotazník byl sdílen ve facebookové a messengerové skupině, pomocí členského newsletteru a na Valné hromadě spolku.

5.1 Identifikace respondentů dotazníkového šetření

Společným znakem všech respondentů tohoto dotazníkového šetření je, že jsou členy Studentské unie UTB. Celkem se podařilo získat 61 odpovědí, což poskytuje relevantní vzorek pro analýzu. Co se týče genderového složení, o něco větší část tvoří ženy, které představují 54 % respondentů, zatímco muži 46 %, přesto se jedná poměrně o vyváženou skupinu.

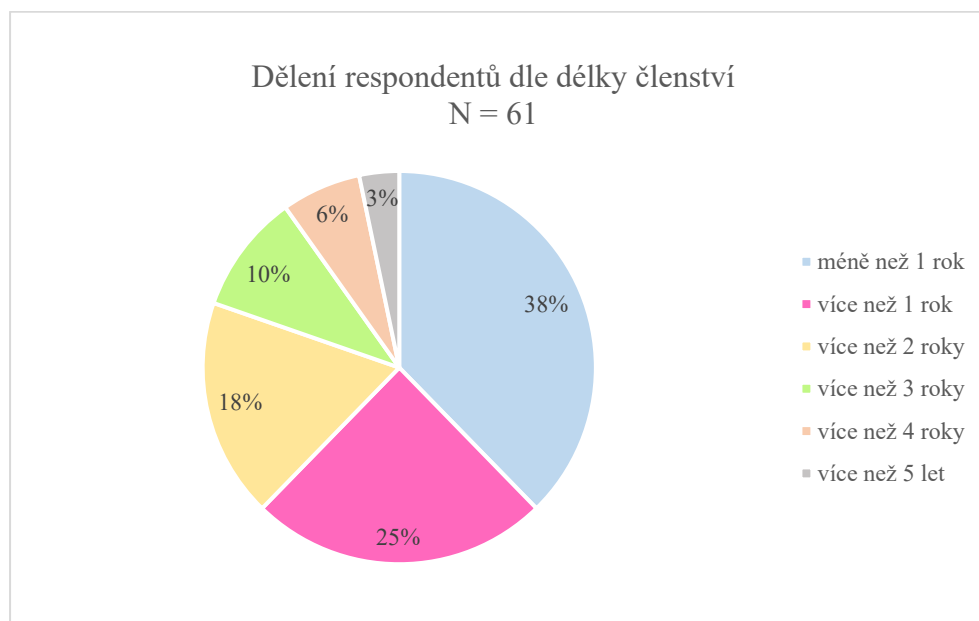
Věkové rozmezí členů je poměrně široké. Pohybuje se od 18 do 27 let. Největší část respondentů však spadá do věkové kategorie 20–21 let, což ukazuje, že jde převážně o mladé lidi na počátku svého vysokoškolského studia, či v jeho průběhu. Celkově lze tuto skupinu charakterizovat jako velmi mladou a iniciativní, což pravděpodobně může přispívat k aktivnímu fungování a pestré činnosti Studentské unie UTB jako spolku.



Graf 1: Věk členů SU (Zdroj: vlastní zpracování)

Studentská unie sdružuje studenty z různých ročníků i fakult Univerzity Tomáše Bati, což se odráží v jejím složení a také přispívá k její rozmanitosti. Členy unie jsou studenti různých fakult a oborů, přičemž nejvíce zástupců má Fakulta multimediálních komunikací (FMK) s 24 členy. Ostatní fakulty mají poměrně vyrovnaný počet členů, který se pohybuje mezi 14 a 8, přičemž nejméně členů pochází z Fakulty technologické (FT) a Fakulty logistiky a krizového řízení (FLKŘ), které mají po jednom zástupci. U FLKŘ je tento počet relevantní, protože, jak již bylo zmíněno, fakulta sídlící v Uherském Hradišti má vlastní organizaci.

Při identifikaci respondentů je důležité zohlednit i délku členství ve spolku, která je velmi různorodá. Doba jejich působení ve spolku je od několika měsíců až po více než pět let. Nejpočetnější skupinu tvoří ti, kteří se do spolku přidali na začátku aktuálního akademického roku a v době sběru dat byli tedy jeho členy přibližně půl roku. Tato skupina čítá 23 respondentů. Oproti tomu členové, kteří jsou součástí Studentské unie déle než tři roky, tvoří menšinu. Většinou se jedná o studenty navazujícího magisterského studia.



Graf 2: Dělení respondentů dle délky jejich členství (Zdroj: vlastní zpracování)

5.2 Klíčové prvky pro fungování organizace

V rámci analýzy klíčových prvků fungování Studentské unie a atmosféry mezi jejími členy, založené na odpovědích 61 respondentů, se vyprofilovaly některé dominantní aspekty, které charakterizují tuto organizaci.

Týmová spolupráce a přátelský kolektiv: Nejčastěji zmiňovanými faktory pro efektivní fungování SU byly týmová spolupráce, kterou zaznačilo 56 respondentů a přátelský kolektiv,

48 respondentů. Tyto prvky naznačují, že respondenti považují vzájemnou podporu a kooperaci mezi členy za klíčové pro úspěšné realizování cílů a projektů SU. Silná týmová kultura je vnímána jako nezbytná pro dosažení společných výsledků a rozvoj organizace.

Jasná organizace a vedení: Organizovanost a strukturované vedení se objevily v 23 odpovědích, což může naznačovat na význam efektivního řízení v rámci SU. Tento prvek je vnímán jako základ pro zajištění směru a efektivity spolku, přičemž zdůrazňuje důležitost správného řízení a jasné rozdělení rolí a funkcí pro fungování celkové organizační struktury.

Inovativní přístup a tradice: I když inovace a tradice byly zmíněny méně často (20krát), tyto aspekty stále hrají významnou roli v chodu SU. Inovativní přístup a nové nápady ukazují na otevřenost k adaptaci nových trendů, zatímco dodržování tradic naznačuje hodnotu, kterou SU přikládá udržování dlouhodobých principů a historie organizace. Tato rovnováha mezi tradičními hodnotami a novými nápady podporuje stabilitu i přizpůsobivost organizace.

5.2.1 Atmosféra a vztahy v organizaci

Co se týče atmosféry v Studentské unii, 54 % respondentů uvedlo, že atmosféra je převážně přátelská, avšak někdy formální, zatímco zbylých 46 % respondentů označilo atmosféru za velmi přátelskou a podporující. Tyto odpovědi naznačují, že členové SU pocítují silnou vzájemnou podporu a otevřenost, nicméně formálnost může někdy nastat, pravděpodobně v závislosti na konkrétní situaci.

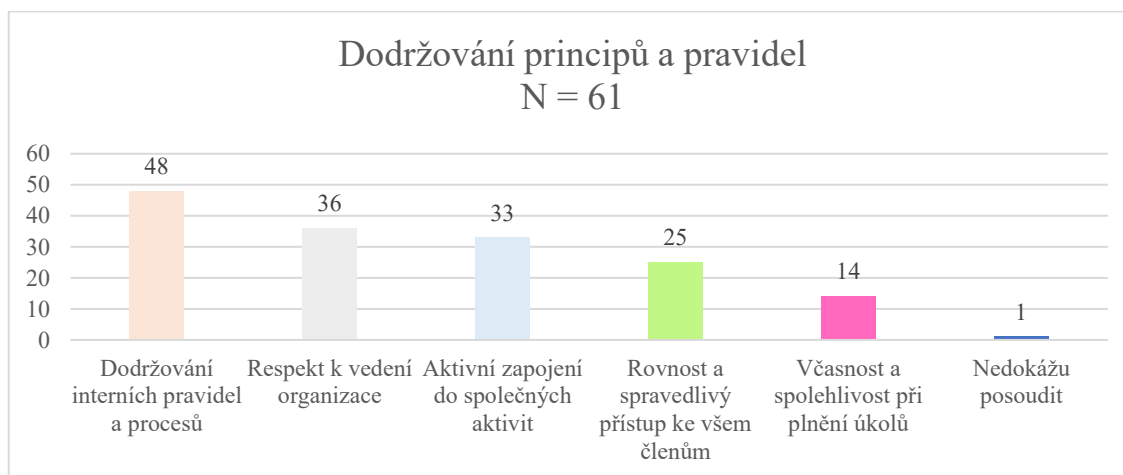
Pokud jde o vztahy mezi členy, většina respondentů, konkrétně 67 % uvedla, že vztahy jsou převážně přátelské, ale občas soutěživé. To může znamenat, že i když je základ vztahů v SU přátelský a zaměřený na spolupráci, soutěživost může být přítomna, zejména například v kontextu dosažení cílů nebo realizace projektů. Odpovědi dalších 33 % respondentů také podtrhují aspekt spolupráce a přátelských vztahů mezi členy.

5.2.2 Vnímání pravidel a principů členy v organizaci

Do dotazníkového šetření byla umístěna otázka, jestli jsou podle respondentů jasně definována pravidla a normy chování. Svůj názor měli vyjádřit pomocí stupnice známkování používané ve školství (1 = nejlepší možné hodnocení/ 5 = nejhorší možné hodnocení). Vzhledem k tomu, že většina respondentů (46 % a 43 %) ohodnotila pravidla a normy chování na hodnotách 1 a 2, což značí, že podle nich jsou pravidla poměrně dobře stanovená, lze tedy říct, že většina lidí má v tomto ohledu pozitivní názor. Celkem tedy 89 %

respondentů vyjadřuje spokojenost s tím, jak jsou pravidla a normy definovány. Pouze 11 % respondentů hodnotilo tuto oblast neutrálně (hodnotou 3), což naznačuje, že i mezi těmi, kteří nejsou úplně spokojeni, převládá spíše pocit, že pravidla nejsou úplně nejasná nebo neadekvátní.

Na základě odpovědí respondentů také lze určit, které principy a pravidla jsou v SU vnímány jako nejvíce dodržované. Nejčastěji bylo zmiňováno dodržování interních pravidel a procesů, což naznačuje, že formální struktura a pravidla jsou v organizaci respektována a považována za klíčový prvek fungování. Na druhém místě se umístil respekt k vedení organizace to může pak poukazovat na vnímanou autoritu a důležitost vedení v rámci SU. Třetím nejčastěji uváděným principem bylo aktivní zapojení do společných aktivit, což svědčí o důrazu na spolupráci a participaci členů. Dále byl zmiňován rovný a spravedlivý přístup ke všem členům to naznačuje snahu o férové podmínky pro všechny. Méně často respondenti označovali potom včasnost a spolehlivost při plnění úkolů, můžeme tedy považovat, že tento aspekt je vnímán jako méně dodržovaný v porovnání s ostatními principy. Pouze jeden respondent uvedl, že žádný z principů výrazně nepřevažuje to zase může naznačovat, že vnímání dodržování pravidel mezi členy není jednotné.

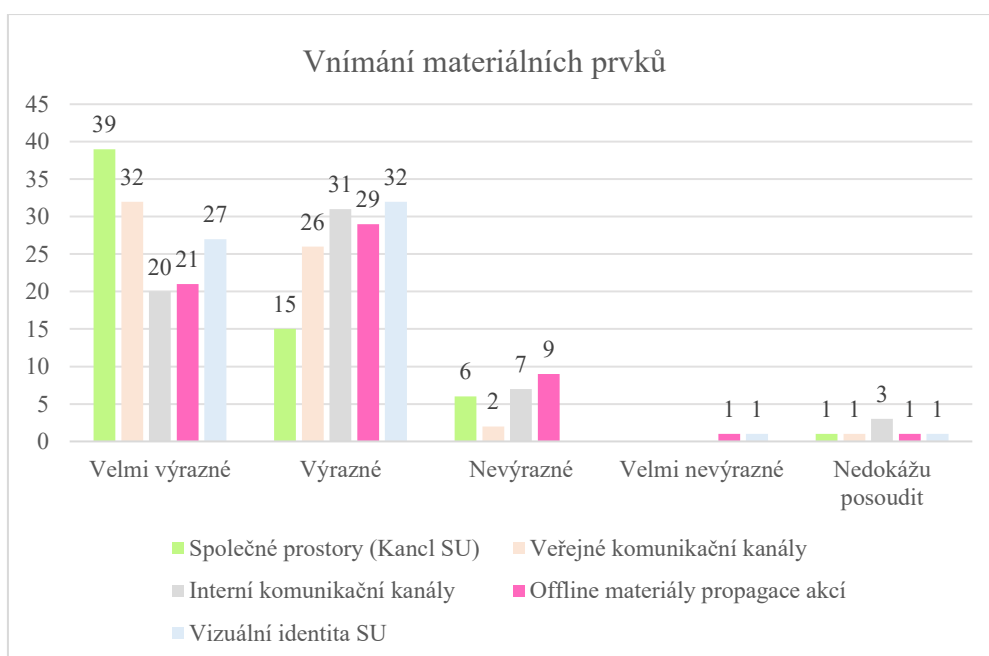


Graf 3: Dodržování principů a pravidel (Zdroj: vlastní zpracování)

Respondentům byla taky položena otázka, zda jde vedení SU příkladem členů v rámci plnění hodnot a principů. Podle jejich odpovědí tedy můžeme říct, že 90 % respondentů považuje vedení Studentské unie za příkladné v dodržování hodnot a principů organizace, což je pozitivní signál. Nicméně 10 % lidí hodnotí vedení níže než průměrně, což naznačuje, že i v této oblasti může být prostor pro zlepšení.

5.2.3 Materiální prvky Studentské unie

Materiální prvky Studentské unie jsou nedílnou součástí její organizační kultury. Graf zobrazuje, jak respondenti tyto vybrané prvky vnímají. Společné prostory (např. Kancel SU) jsou považovány za velmi výrazný prvek, což naznačuje jejich silný dopad na členy unie. Veřejné komunikační kanály jsou rovněž vnímány jako velmi důležité, to může ukazovat na jejich klíčovou roli v komunikaci. Interní komunikační kanály mají rozmanitější hodnocení, většina respondentů je považuje za výrazné, ale někteří je vnímají jako méně významné. Vizuální identita SU je obecně považována za silně přítomnou, i když někteří ji vnímají jako méně podstatnou. Celkově výsledky naznačují, že většina těchto prvků má silný vliv na členy SU, přičemž v některých oblastech se názory respondentů markantně liší.

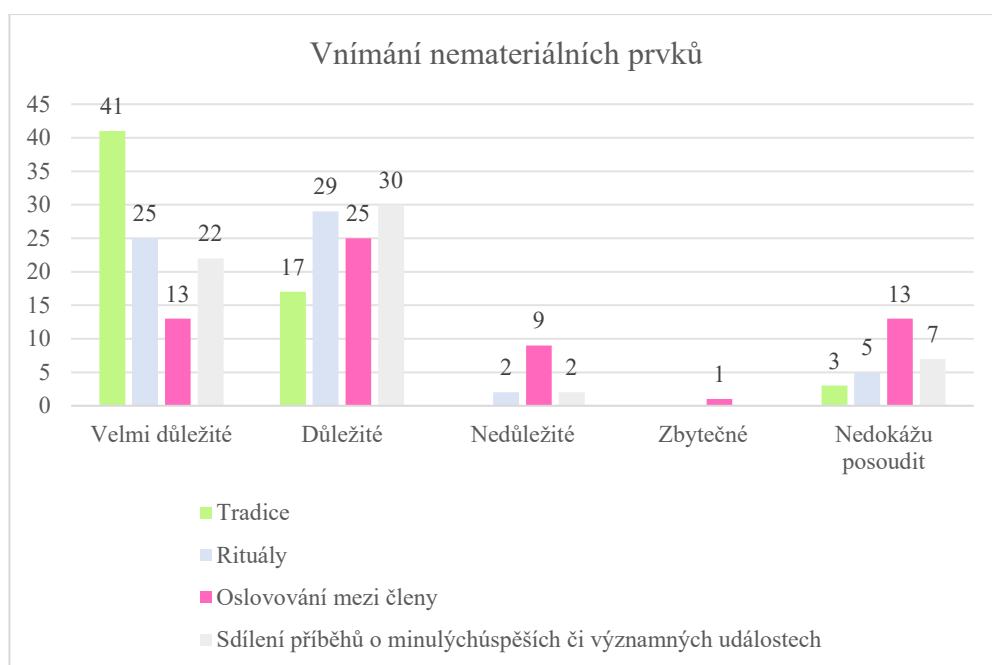


Graf 4: Vnímání materiálních prvků (Zdroj: vlastní zpracování)

Na základě otevřené otázky měli respondenti poté napsat, který materiální prvek je za ně nejdůležitější. Na základě výsledků hlasování respondenti považují za nejdůležitější materiální prvek veřejné komunikační kanály, což odráží důraz na digitální komunikaci a její schopnost oslovit širokou veřejnost. Dále se jako významné jeví společné prostory, které podporují osobní interakci a týmovou spolupráci. Naopak vizuální identita, i když stále důležitá pro konzistenci komunikace, nezískala tolik hlasů, což naznačuje její podpůrnou roli. Interní komunikační kanály a offline propagace byly hodnoceny jako méně prioritní.

5.2.4 Nemateriální prvky Studentské unie

Následující část se zaměřuje na vnímání nemateriálních prvků v rámci Studentské unie, které byly hodnoceny respondenty v průzkumu. V grafu zobrazené výsledky ukazují, že respondenti považují tradice a rituály za nejdůležitější nemateriální prvky v rámci Studentské unie, přičemž většina je hodnotí jako „velmi důležité“ nebo „důležité“. Oslovování mezi členy vykazuje větší rozmanitost názorů, kdy část respondentů jej považuje za důležité, ale jiní jej označují za „nedůležité“ či dokonce „zbytečné“. Sdílení příběhů o minulých úspěších je vnímáno převážně pozitivně, většina účastníků jej hodnotí jako „velmi důležité“ nebo „důležité“. Celkově výsledky naznačují, že tradice a rituály jsou vnímány jako klíčové, zatímco ostatní prvky mají pestřejší hodnocení.



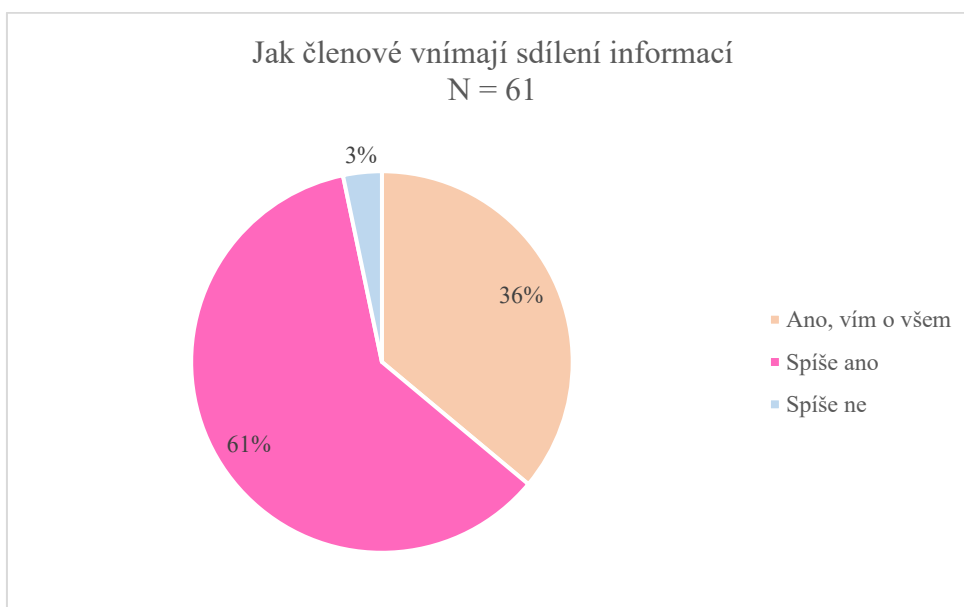
Graf 5: Vnímání nemateriálních prvků (Zdroj: vlastní zpracování)

Podobně jako u předchozí otázky měli respondenti odpovědět, který nemateriální prvek považují za nejdůležitější. Nejvíce se opakovaly tradice a potvrzují jejich zásadní roli při udržování kontinuity, identity skupiny. Na druhém místě se umístilo sdílení zkušeností, což poukazuje na důležitost komunikace a kolektivního učení při řešení společných problémů a podpoře rozvoje například při projektech. Výsledky naznačují, že pro členy komunity je klíčová stabilita, jakou přinášejí tradice, ale i dynamika vzájemného sdílení a symbolických rituálů, které napomáhají posílení sociálních vazeb.

5.3 Komunikace jako klíčový prvek pro fungování spolku

V následné kapitole se dotazník věnoval interní komunikační stránce organizace. Hned na začátku byli respondenti dotazováni, jak se cítí v kolektivu SU. Hodnotit svůj postoj měli hodnotit opět pomocí stupnice známkování používané ve školství (1 = nejlepší možné hodnocení/ 5 = nejhorší možné hodnocení). Analýza odpovědí respondentů ukazuje, že většina (88 %) hodnotí své zapojení pozitivně hodnocení „1“ a „2“, zatímco pouze 12 % zvolilo neutrální „3“ nebo mírně negativní „4“ hodnocení, přičemž nejhorší známka „5“ nebyla udělena vůbec. Tyto výsledky naznačují, že většina členů se v kolektivu cítí dobře, avšak menší část respondentů může vnímat určité problémy související s mezilidskými vztahy. Pro hlubší pochopení kontextu a případnému zlepšení by bylo vhodné provést hlubší analýzu například prostřednictvím kvalitativního průzkumu. Celkově výsledky poukazují na většinově pozitivní vnímání kolektivu, přičemž je stále prostor pro další zlepšení a posílení příjemnější atmosféry pro všechny členy.

Výsledky ukazují, že většina respondentů (59 z 61) vnímá sdílení informací v rámci SU jako otevřené a transparentní. Z toho 37 účastníků jednoznačně souhlasí, zatímco 22 spíše souhlasí. Pouze dva respondenti vyjádřili pochybnosti. Tyto výsledky naznačují vysokou úroveň důvěry v interní komunikaci a transparentnost organizace.



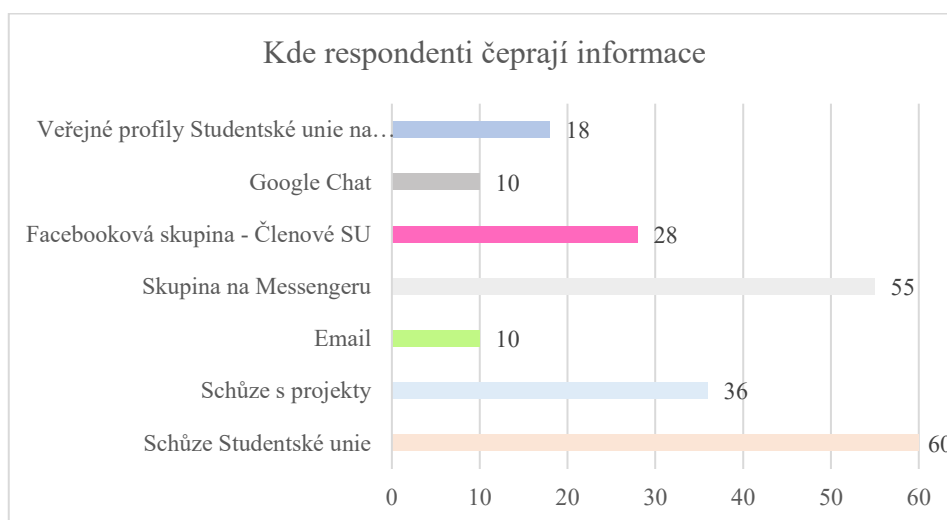
Graf 6: Vnímání sdílení informací členy spolku (Zdroj: vlastní zpracování)

Respondenti byli poté dotazováni na zdroje, ze kterých získávají informace o dění ve spolku. V další otázce mohli uvést více odpovědí a případně doplnit i vlastní varianty, pokud nebyly

součástí nabídky. Analýza pěti odpovědí z předchozí otázky, které naznačovaly nízkou informovanost, ukázala, že tito respondenti čerpají informace převážně z jediného zdroje.

Nejčastěji uváděným informačním kanálem byly pravidelné schůzky Studentské unie, kde se každý týden probírají novinky a aktualizace – tuto možnost zvolilo 61 z celkových 69 respondentů. Dalšími významnými kanály byly „schůze s projekty“ a „skupina na Messengeru“, které získaly shodně 55 odpovědí. Projektové schůze slouží k předávání informací mezi členy týmů, zatímco Messenger je hlavním komunikačním nástrojem mimo oficiální schůze.

Komunikační platforma Google Chat je využívána výhradně v rámci největšího spolkového projektu Majáles, kde slouží k šíření informací souvisejících s touto akcí. Možnost „e-mail“, prostřednictvím kterého je distribuován týdenní newsletter obsahující zápis ze schůze, získala pouze 10 odpovědí.



Graf 7: Odkud respondenti čerpají informace o dění v SU (Zdroj: vlastní zpracování)

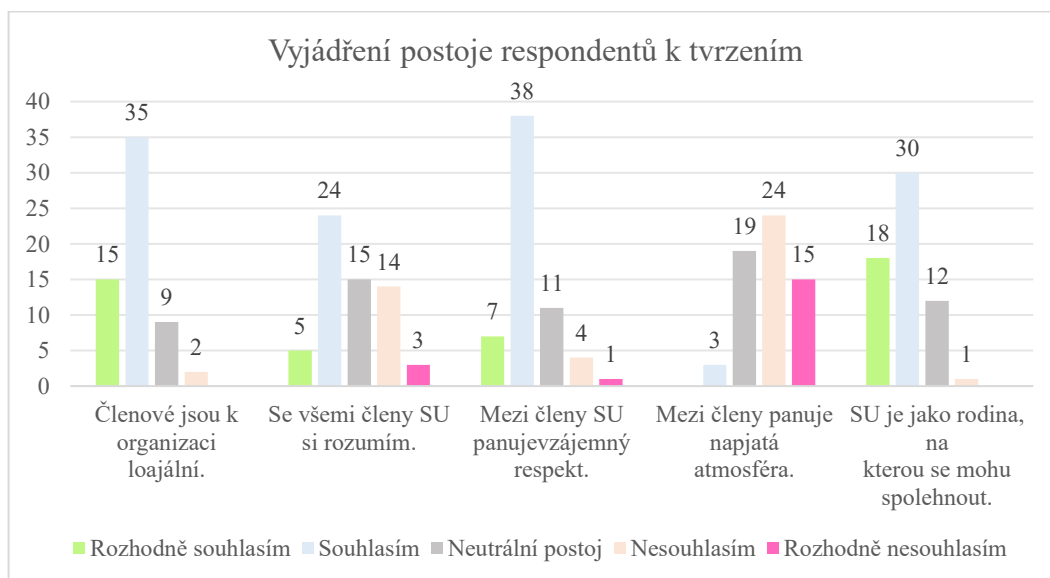
Další otázka se týkala ohledně dostatku prostoru pro vyjádření nápadů a připomínek k organizaci. Většina respondentů, konkrétně 92 %, vnímá svůj prostor pro vyjadřování nápadů a připomínek pozitivně, přičemž 59 % jej hodnotí jako zcela dostačující a dalších 33 % jako vyhovující. Pouze menší část účastníků 8 % vyjádřila určitou nespokojenost, přičemž 5 % označilo situaci za průměrnou a 3 % za nedostatečnou. Absence hodnocení na nejhorší úrovni naznačuje, že prostor pro vyjadřování je vnímán převážně pozitivně, i když určité rezervy stále existují.

Následující otázka částečně navazovala na předchozí sadu a jejím cílem bylo zjistit, zda si respondenti jsou vědomi existence „schránky důvěry“ ve spolku. Tato schránka umožňuje

anonymní vkládání dotazů, žádostí či připomínek týkajících se chodu spolku nebo osobních záležitostí. V případě zájmu se mohou respondenti i podepsat. Po konzultaci s vedením spolku se ukázalo, že schránka není příliš využívána, přičemž nebylo jasné, zda je to způsobeno neznalostí její existence, nebo nedostatkem podnětů k vložení. Výsledky otázky ukázaly, že 53 respondentů o schránce ví, zatímco 8 ji nezná. Následně, pokud respondenti odpověděli, že o schránce ví, byla jim položena další otázka, jestli ví, kde se schránka nachází. U následného přezkoumání bylo zjištěno, že přestože 53 lidí o schránce ví, něco málo přes 20 % respondentů neví, kde by schránku hledalo. Proto by bylo relevantní na Valné hromadě spolku schránku důvěry znovu připomenout, ukázat, kde se nachází a objasnit její účel a možnost využití.

Další sada otázek byla složena z následujících tvrzení: „Členové jsou k organizaci loajální. Se všemi členy SU si rozumím. Mezi členy SU panuje vzájemný respekt. Mezi členy panuje napjatá atmosféra. SU je jako rodina, na kterou se mohu spolehnout.“

Postoje respondentů na tuto sadu tvrzení naznačují pozitivní vnímání organizace a vztahů mezi jejími členy. Většina respondentů vnímá loajalitu k organizaci jako silnou a mezi členy převažuje vzájemný respekt. Přestože většina členů si s ostatními členy rozumí, nelze přehlédnout vyšší podíl neutrálních a negativních postojů v této oblasti, což může naznačovat výskyt menších komunikačních bariér. Atmosféra v organizaci není vnímána jako napjatá, což podporuje i silná spojitost se slovem „rodina“. Celkově tedy lze vnímat, že členové vidí spolek jako respektující komunitu, i když existují drobné oblasti, kde by bylo možné vztahy mezi členy dále rozvíjet.



Graf 8: Vyjádření postoje respondentů k sadě tvrzení (Zdroj: vlastní zpracování)

5.3.1 Postoje členů k účelům Studentské unie

V rámci stanov Studentské unie UTB je stanoveno deset účelů, kterými by se měla celá Studentská unie řídit. Respondenti byli v rámci dotazníku tázáni, do jaké míry si myslí, že spolek následující účely plní. Znázornění grafy bude k nalezení v příloze P II: Dodatečné grafické znázornění odpovědí dotazníku.

1. Snažit se o neustálý rozvoj prostředí, života a vzdělání studentů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (dále jen „UTB“).

SU UTB se snaží o neustálé zlepšování prostředí a studijních podmínek na univerzitě, ať už se jedná o akademické nebo volnočasové aktivity. Podle výsledků průzkumu s tímto účelem rozhodně souhlasilo 54 % respondentů a dalších 41 % souhlasilo, což svědčí o vysokém uznání tohoto účelu unie mezi členy spolku.

2. Zastupovat zájmy studentů UTB při jednání s vedením univerzity, fakult a dalšími organizacemi.

Jednou z klíčových funkcí SU UTB je zastupování studentů v komunikaci s vedením univerzity a fakult. Celkem 52 % respondentů se k tomuto účelu vyjádřilo rozhodným souhlasem, zatímco dalších 38 % souhlasilo. Tento výsledek značí, že členové vnímají unii jako silného obhájce jejich zájmů vůči univerzitě.

3. Spolupracovat s dalšími organizacemi zastupujícími studenty UTB.

SU UTB aktivně navazuje a udržuje spolupráci s dalšími studentskými organizacemi, což přispívá k lepšímu propojení studentské komunity. Tento účel podpořilo celkem 76 % respondentů, i když 24 % se k němu staví neutrálně a někdy až nesouhlasně. Výsledky naznačují, že existuje prostor pro další rozvoj spolupráce, výsledky byli i ovlivněny tím, že jedenáct respondentů nevědělo, jak se k tomuto tvrzení postavit.

4. Reprezentovat studenty UTB při jednání na veřejnosti.

SU UTB se zapojuje do veřejných aktivit a reprezentuje studenty na různých platformách. Význam této činnosti podtrhuje skutečnost, že 43 % respondentů rozhodně souhlasilo a dalších 46 % vyjádřilo souhlas. Pouze minimum respondentů mělo opačný názor, což potvrzuje pozitivní vnímání unie i v tomto účelu.

5. Chránit zájmy členů, čestných členů SU UTB a studentů UTB.

Studentská unie se také věnuje ochraně práv svých členů a širší studentské komunity. Tento účel byl velmi pozitivně hodnocen, konkrétně 54 % respondentů rozhodně souhlasilo a 38 % souhlasilo. Výsledky naznačují vysokou důvěru členů v tuto funkci unie.

6. Vzdělávat členy SU UTB.

Kromě zastupování studentů se unie věnuje i jejich vzdělávání, například prostřednictvím workshopů či školení. Tuto činnost vnímá pozitivně více než 91 % respondentů, přičemž 51 % rozhodně souhlasilo a 41 % souhlasilo. To dokládá, že vzdělávací aktivity SU UTB mají mezi členy SU kladnou odezvu.

7. Organizovat kulturní, společenské, vzdělávací a sportovní akce, a to primárně pro studenty UTB, zaměstnance UTB a veřejnost města Zlín.

Jedním z nejlépe hodnoceným aspektem činnosti unie je organizace akcí, mezi něž patří kulturní, společenské a sportovní aktivity. Tento účel podpořilo až 95 % respondentů, přičemž 79 % z nich se vyjádřilo rozhodným souhlasem. To ukazuje, že studentské akce jsou klíčovým přínosem SU UTB.

8. Informovat studenty o dění na UTB a jejich fakultách.

Studentská unie se snaží zprostředkovat studentům aktuální informace o univerzitním dění, přičemž 75 % respondentů tuto snahu ocenilo kladně (34 % rozhodně souhlasilo, 41 % souhlasilo). Přestože 11 % vyjádřilo nesouhlas, výsledky potvrzují, že informovanost je vnímána jako důležitá součást činnosti unie.

9. Podporovat zapojení zahraničních studentů do dění na UTB.

U tohoto bodu byly odpovědi nejvíce různorodé. Přičemž 28 % členů zvolilo neutrální postoj. Rozporuplné názory se ukázaly tak, že s tvrzením souhlasilo 41 % a 31 % s tvrzením nesouhlasilo. V tomto případě by bylo lepší bod dále se členy prozkoumat, například kvalitativním rozhovorem a zjistit, co je k tomuto rozhodnutí vedlo.

10. Budovat pozitivní image UTB.

SU UTB významně přispívá k dobré pověsti univerzity nejen mezi studenty, ale i na veřejnosti. Tento účel podpořilo 98 % respondentů, přičemž 70 % rozhodně souhlasilo. Výsledky ukazují, že činnost unie má pozitivní dopad na celkový obraz univerzity.

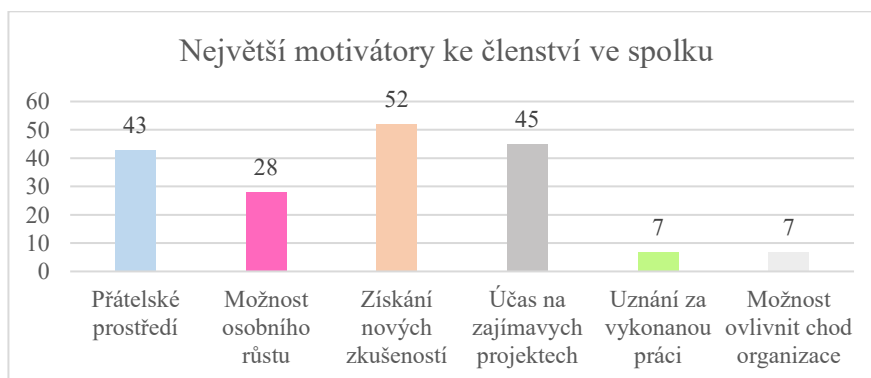
5.4 Motivace členů v rámci spolku

Hned na začátku dotazníku byla respondentům položena otevřená otázka, co je motivovalo stát se členem organizace, jelikož spolek je dobrovolný a neziskový, takže členové nezískávají finanční ohodnocení. Mnoho respondentů uvádí jako hlavní důvod snahu o sociální začlenění a navazování nových přátelství. „Najít si kamarády a zažít pořádný studentský život“ či „Nájsť si nových kamarátov, naučiť sa niečo nové a vyplniť voľný čas“ jsou příklady odpovědí. Někteří respondenti se zapojili proto, že jejich přátelé již byli členy spolku a přišli tedy na jejich doporučení: „Šel jsem za kamarády, společně s nima makat.“

Obohacení studentského života se také velmi často objevovalo jako jeden z hlavních důvodů při vstupu do spolku. Respondenti zmiňují, že chtěli „být součástí něčeho, co má smysl, dělat různé akce pro ostatní lidi“ nebo „vyždímat ze studentského života co nejvíce“. Možnost podílet se na organizaci studentských akcí hrála důležitou roli u řady respondentů, například: „Zapojit' sa do projektov a spravit' si študentský život zaujímavejší.“

Někteří respondenti vstoupili do spolku z důvodu osobní výzvy. „Chtěla jsem více vyjít ze své bubliny a ‚otřkat‘ se.“ nebo „Byla jsem zvědavá, chtěla jsem to vyzkoušet.“ ukazují na individuální motivace spojené krajně s osobním růstem a hledáním nových zkušeností.

V další části dotazníku, byli respondenti tázáni, co je motivuje k aktivní účasti ve spolku nyní. Výsledky ukázaly, že motivace respondentů k členství v SU je různorodá. Nejčastějším důvodem zapojení je touha získat nové zkušenosti, což naznačuje, že členství je vnímáno jako cenná příležitost pro rozvoj dovedností a kompetencí. Dalším významným faktorem je přátelské prostředí, to může hrát také poměrně důležitou roli v rozhodnutí studentů stát se součástí organizace. Respondenti rovněž často uváděli zájem o účast na zajímavých projektech. Naopak méně respondentů uvedlo jako hlavní motivaci uznání za vykonanou práci, nebo možnost ovlivnit chod organizace.



Graf 9: Co motivuje respondenty, aby byli členy spolku (Zdroj: vlastní zpracování)

Respondenti byli dále dotazováni, zda vnímají, že vedení spolku aktivně podporuje motivaci členů. Celkem 48 % respondentů uvedlo odpověď „Ano“, zatímco dalších 51 % zvolilo možnost „Spíš ano“. Pouze 1 % účastníků průzkumu vyjádřilo opačný názor volbou „Spíš ne“. Tato data naznačují, že většina členů SU vnímá vedení jako efektivní v podpoře motivace k aktivitě.

Členové SU vnímají motivaci k aktivnějšímu zapojení různě. Byli tedy v dotazníku tázáni, ať napíší, co by je motivovalo k aktivnějšímu zapojení do dění spolku. Většina se cítí již dostatečně motivovaná a nevidí potřebu dalších pobídek. „Jsem dostatečně motivován,“ zaznělo opakovaně. Jiní by chtěli za svou práci větší ocenění, ať už formou veřejného uznání, lepšího kolektivu nebo drobných benefitů. „Možná nějaká peněžní odměna za větší projekty,“ navrhl jeden z členů, zatímco jiný zmínil, že „finanční podpora od univerzity, i kdyby to bylo 500 Kč za semestr, by pomohla.“ Někteří členové poukazují na to, že větší zapojení by mohlo usnadnit lepší propojení mezi novými a staršími členy a překonat tak skupinkování v rámci spolku. „Méně skupinkování, např. staří členové se baví se starými, mladí s mladými, stejná fakulta se stejnou fakultou,“ popsal jeden z nich. Další by přivítali více volného času pro SU, což je však často limitováno studijními povinnostmi. „Méně školy a více prostoru pro SU,“ shrnul někdo svůj pohled. Přesto platí, že motivace musí vycházet primárně ze samotných členů. „Každý musí chtít sám, není na to univerzální recept,“ vystihl jeden z dotazovaných.

Na závěr byli respondenti dotazováni, zda by členství ve spolku doporučili svým přátelům. Všechny odpovědi byly téměř jednoznačné, konkrétně 74 % respondentů by členství určitě doporučilo a zbylých 26 % by se k doporučení spíše také přiklonilo.

6 KVALITATIVNÍ ŠETŘENÍ

Kvalitativní výzkum probíhal formou polostrukturovaného rozhovoru s pěti participanty. Jejich výběr měl dvě podmínky, museli být právoplatnými členy Studentské unie a zároveň museli být ve vedení této organizace. Scénář rozhovoru byl sestaven na základě dat získaných z kvantitativního šetření. Finální verze scénáře je k nahlédnutí v příloze P II: Scénář polostrukturovaného rozhovoru. Rozhovor byl veden podle scénáře s možnými doplňkovými otázkami v návaznosti na danou odpověď participanta.

Na začátku rozhovoru participanti souhlasili s nahráváním rozhovoru, audionahrávky jsou tedy přístupné, viz odkaz v příloze P IV. Následně byli participanti požádáni, jestli se mohou krátce představit a říct, jaká je jejich funkce ve spolku, kde bylo potvrzeno, že všichni participanti byli vybráni relevantně. V kvalitativním šetření tedy zazní odpovědi prezidenta, viceprezidenta, tajemníka a dvou členů HR. Poté následovala sada otázek zaměřujících se na organizační kulturu studentské unie z jejich pohledu jakož to vedení.

6.1 Vnímání a charakteristika organizační kultury Studentské unie

Na úvod byli participanti požádáni, aby popsali kulturu Studentské unie třemi slovy. Nejčastěji zaznělo slovo „přátelská“, které se objevilo hned čtyřikrát. Participant 1 například uvedl, že kultura je dle něj „*přátelská, motivační a edukační*“, zatímco participantka 2 zmínila „*přátelství, vzájemnou důvěru a zábavu*“. Zajímavý a lehce odlišný pohled přinesla také participantka 3, která vybrala slova „*hierarchie, společenská, rodina*“, dle zbytku rozhovoru lze považovat, že slovo hierarchie bylo bráno spíše z hlediska funkční struktury organizace. Tím, že participantka dodala jako třetí slovo rodina, dává podobně jako zbylí participanti velkou váhu i na silné interní vazby, které mohou připomínat právě například rodinné prostředí. Participantka 5 pak doplňuje, že v kultuře SU hrají roli již zmíněné přátelství a přidává k tomu: „*tradice a komunikace*“, kde opět vyzdvihuje důležitost téma udržování vztahů mezi členy spolku.

Participanti byli následně tázáni, jak si myslí, že kulturu vnímají současní členové. „*Myslím si, že s tím nikdo nemá velký problém. Doufám teda, nikdo se neozval, každý se ozvat může.*“ popisuje jednoduchým způsobem participant 1 celkovou atmosféru a naznačuje, že organizační kultura je podle něj vnímána jako funkční a bez zásadních problémů.

Z odpovědí jednoho z participantů také vyplývá, že vnímání organizační kultury není mezi členy možná zcela jednotné. Jeden z nich upozorňuje na existenci dvou pomyslných táborů:

„Ta první část jsou spokojení, prostě baví se se všemi, nemají nějaký problém a hodně se angažují, ale podle mě jsou potom tady zase lidé, kteří nejsou tolik zapálení, tudíž se necítí, že by úplně zapadali. Ale podle mě to není nějaký problém vyloženě té unijní kultury. Je to hodně o tom, že jaké si to ten člověk udělá, takové to má,“ dále taky participantka 5 říká, že dle ní aktivní členové, kteří se účastní projektů a neformálních setkání, mají tendenci se rychleji začlenit, a tak poté vnímat pozitivněji celkovou atmosféru a kulturu v SU.

Pozitivní posun ve vnímání kultury je podle participantů patrný také v rámci generační obměny. Jeden z participantů zdůrazňuje, že díky příchodu nových členů a odchodu starších se celková atmosféra proměnila k lepšímu, ať ve formě přívalu nové energie tak i do celkového zlepšení interních vztahů a důvěry ve vedení: *„I když možná byli předtím nějaké pochybnosti, tak si myslím, že právě teďka je to na hodně dobré cestě, že tam jsou fajn vztahy, že i lidi vzhlíží k vedení a že to funguje tak, jak má.“*

6.1.1 Vliv vedení na atmosféru uvnitř organizace

Z odpovědí participantů je patrné, že členové vedení SU si plně uvědomují svůj vliv na celkovou atmosféru uvnitř organizace. Shodují se v tom, že jejich chování, rozhodování a celkové naladění má přímý dopad na to, jaká atmosféra ve spolku rezonuje. Participant 1 to shrnuje velmi výstižně: *„Rozhodně ano. Tak víceméně každým rozhodnutím, kdo bude mít na starost jaký projekt, nějakým způsobem tu atmosféru v našem spolku měníme. Obecně taky skrz nastavování nějakých pravidel, ať už aktivity nebo našeho fungování obecně.“* Podobně taky odpovídá participantka 3: *„Stoprocentně. Myslím si, že hodně právě i vedení z větší části dělá tu energii tam.“* Další člen vedení připouští, že vliv může být někdy i nevědomý: *„Určitě nějakým způsobem, jo, i když si to třeba někdy vlastně ani neuvědomujeme.“* Opakovaným tématem v odpovědích je důležitost příkladu, který vedení dává. *„Snažíme se jít příkladem. To, jak jsme naladěni, ostatní můžou vnímat a být tím ovlivněni,“* zaznívá v odpovědi participantky 5. Vedení také vnímá svou roli v nastavování hodnot a pravidel, které rámují fungování celé organizace. Jak jeden z participantů popisuje: *„Řídíme ty lidi, a když mluvíme s vyšším vedením, tak se bavíme o těch hodnotách, co by bylo potřeba fakt zlepšit, co je třeba zase špatně, takže se vždycky snažíme nějakým způsobem situaci, tu kulturu v naší organizaci, vylepšovat.“*

6.2 Komunikace hodnot, vize a poslání

Z odpovědí členů vedení Studentské unie jednoznačně vyplývá, že mezi základní hodnoty, které se snaží v rámci organizace podporovat a rozvíjet patří: otevřenost, spolupráce, rovnost, rozvoj jednotlivce a přátelská atmosféra.

Jedním z nejčastěji zmiňovaných cílů je vytváření prostředí, ve kterém se členové cítí dobře a zároveň mají možnost například osobního růstu. „*Snažíme se prosazovat primárně to, aby se tady všichni měli fajn a aby to všem členům nějakým způsobem dalo do života něco užitečného,*“ uvádí participant 1.

Podpora vzdělávání, získávání zkušeností a přístup k novým příležitostem jsou vnímány také jako klíčové. Dále byla zmíněná určitá transparentnost. Participantka 3 říká, že podle ní je důležité: „*Aby si všichni byli rovni a aby se nikdo necítil vystrčen, podřazen. Zároveň, aby byli v obraze a edukováni o tom, co se děje, co jak probíhá.*“ S tím souvisí i důraz na otevřenou komunikaci: „*Dbáme na to, aby se členové nebáli s námi o čemkoliv mluvit a aby za námi vždycky mohli s čímkoliv přijít,*“ vysvětluje participantka 2.

Neopomenutelnou roli v hodnotovém rámci Studentské unie hraje spolupráce a týmovost. Z hlediska mezilidských vztahů vnímá vedení jako důležitou část i zapojení nových členů do kolektivu. „*Snažíme bavit se se všemi členy, že to není tak, že máme prostě jen svůj kroužek lidí, se kterými se bavíme, ale snažíme se prostě být otevření i těm novým lidem, kteří přijdou. Ne vždycky si samozřejmě se všemi sedneme, ale dáváme tu šanci,*“ uvádí participantka 5.

Z výpovědí členů vedení SU vyplývá, že komunikace vize a poslání spolku probíhá vícero formálními i neformálními způsoby, přičemž důraz je kladen na otevřenost, příklad vedení a postupné zapojování nových členů do chodu organizace.

Již při příchodu do spolku jsou noví členové seznamováni se základními pravidly a očekáváním. Jak uvádí participantka 4: „*Vždycky je seznámíme s nějakými pravidly, které ve spolku fungují. Všechny věci jsou dobrovolné, ale na druhou stranu, když porušíte naše základní zásady, tak to znamená, že ti lidé prostě nejsou pro nás bohužel kompetentní.*“

Vize je rovněž zprostředkovávána prostřednictvím pravidelných schůzí, interních komunikačních kanálů a workshopů. Jak uvádí participantka 5: „*Zmiňujeme to na schůzkách. Jsou pro ně organizovány workshopy, ať ví, přes jaké sociální sítě komunikujeme, jak to tam funguje.*“

Zaznívá i důraz na příkladné chování vedení, které se snaží „jít příkladem“, ať už svou docházkou, aktivní účastí v projektech či přístupem k členům. Participant 1 shrnuje také větší ambice spolku: „*Snažíme se je připravit na to, jak to potom funguje v praxi ve firmách, jsme takový jakýsi mezikrok, u nás to samozřejmě není tak striktní, ale nějaké pravidla přece jen musí být nastavena.*“

A to poslední pravděpodobně nejpodstatnější, což zmínila pouze participantka 3: „*Nabádáme je, ať si přečtou stanovy spolku.*“

6.3 Rituály a tradice v organizaci

Rituály a tradice představují dle dotazníkového šetření důležitý prvek, který udržuje a posiluje specifickou organizační kulturu Studentské unie. V rámci kvalitativního šetření byli participanti tázáni, které tradice a rituály považují v SU za klíčové.

Z výpovědí participantů je zřejmé, že mezi klíčové rituály, které přispívají ke spolupráci a hladkému průběhu dění v rámci organizace, patří zejména pravidelné schůze, oslavy po dokončení projektů a neformální akce. Zmiňované pravidelné pondělní schůzky byly označeny několika participanty jako stabilní bod týdne, který slouží například k organizačním účelům. „*Určitě to budou pravidelné pondělní schůze. Společně teda s pivkem po těch schůzích,*“ uvádí participantka 5, čímž poukazuje na propojení formální a neformální roviny setkávání, které mohou mít velký vliv na interní atmosféru spolku.

Významnou roli podle participantů hraje přijímání nových členů, jak konkrétně uvádí participant 1: „*Tak určitě naše svato-přijímání.*“, které se podle nich odehrává každý semestr a je často doprovázen specifickými prvky. Tento rituál, jak říká participantka 2 má: „*tak trošičku tajemný,*“ charakter, což podporuje jeho výjimečnost.

Dalším opakujícím se prvkem, který participanti označili za klíčový, jsou společné oslavy po dokončení projektů, případně interní ocenění. Jak uvádí participantka 3: „*Potom také po každém projektu, když jsou nějaké odměny. Ať už s manažery, nebo s týmem, kdy opět zase mají možnost utužit vztahy.*“

Dále byly zmiňovány i větší tradiční akce, jako je Majáles, Seznamovák nebo závěrečná interní „chata“ na konci sezóny. Tyto události mají podle participantů vysoký sociální a emoční význam, jelikož napomáhají budování interních vztahů a poskytují prostor pro neformální interakce mezi členy spolku.

6.4 Slabé stránky a vnímání změn v současné kultuře

Ačkoliv se dá říct, že současná atmosféra ve Studentské unii je vnímaná, podle výsledků v dotazníkovém šetření, spíše pozitivně, někteří členové vedení vidí určité slabiny nebo oblasti, ve kterých je prostor pro zlepšení.

Mezigenerační předávání zkušeností, které není vždy úplně plynulé, je podle participantů jednou ze slabších stránek. „*Myslím si, že aktuálně je ten problém, že vlastně minulý rok byl velký odchod starých členů, kteří tam byli dlouho a vlastně některé věci nepředali tak, jak by bylo ideální,*“ popisuje participantka 4. Participantka 2 říká, že: „*Je taky důležité, aby si tu unii tvořili ti aktuální členové k obrazu svému a vymýšleli si třeba i nějaké nové tradice, nové věci a neupínaly se tak moc na tu historii, nebo na to, co tady se dělalo před pěti lety, ale zároveň zase ti starší můžou dát i nějaké dobré pointy, takže si myslím, že to má i své pro i proti.*“

Na úrovni každodenního fungování spolku se podle participantů objevuje menší angažovanost členů do interních akcí. „*Myslím, že prostě je to generací, ale že vždycky se o nás říkala jako, že se chodíme hodně bavit a tak, teď mi přijde, že třeba nějaký už míň formální události, jako třeba pivka po schůzi, nejsou tolik populární. Možná jen lidi mají více mimo unijních aktivit, a tak na každotýdenní interní aktivitu už pak možná nezbývá čas,*“ konstatuje participantka 4. Podobně toto také potvrzuje participant 1: „*Obecně klesající aktivita nových členů, ale to není problém jen našeho spolku jako to je spíš pak možná hodně generační.*“

Participantka 5 taky poukazuje na menší rozčlenění skupiny: „*Možná někde trochu rozkouskované, ten kolektiv. Samozřejmě 100 lidí, 100 chutí. Ne vždycky si se všema sedneme, ale někteří se prostě straní a drží se jen v tom svém kroužku, takže asi na to bych se zaměřila, na nějaké to větší propojení.*“

Další otázkou v pořadí bylo jakými způsoby zjišťuje vedení, zda se členové s organizační kulturou ztotožňují. Jedním z hlavních nástrojů jsou dle odpovědí pravidelné dotazníky, které umožňují členům sdílet zpětnou vazbu (anonymně i neanonymně), záleží jen na nich, pokud se pod to chtějí oni sami podepsat. Ty se rozesílají jednou za semestr. Jak uvádí participant 1: „*Dáváme ven feedback, kde každý může napsat, jak se mu uplynulý semestr líbil, co by chtěl zlepšit, co udělat třeba jinak.*“

Součástí systému zpětné vazby je také schránka důvěry, která byla zmíněna ve více rozhovorech a slouží jako anonymní kanál pro vyjádření pochval, obav i podnětů. Jak

poznává participantka 2: „*Máme schránku důvěry, kterou pravidelně kontrolujeme a potom se vlastně na našich pravidelných každotýdenních schůzích ptáme všech členů, jestli mají něco, co by nám chtěli sdělit, nebo se s námi o něčem pobavit. Potom si myslím, že to je hodně individuální, že když někdo tu potřebu má, tak nám třeba napíše, nebo si s námi domluví schůzku a řešíme to hodně individuálně. Je to hlavně ale pak hodně o tom člověku, jestli to chce řešit veřejně, nebo jen s námi.*“ Participantka 3 ještě upřesňuje, že do schránky důvěry: „*Případně se můžou vyjádřit i anonymně, a to ať už jejich obavy, nebo i třeba pochválit, když budou chtít.*“

Vedle těchto nástrojů uvedla také participantka 5 osobní kontakt: „*Já osobně se třeba snažím bavit i s lidmi, se kterými jsem se dřív nebavila. Snažím se zjistit, jak se jim tady líbí a tak. U těch dotazníků to moc lidí ani nevyplní, takže je fajn si popovídat, nějak nenápadně.*“

6.5 Podpora angažovanosti, budování týmového ducha a spolupráce

Jedním z opakujících se motivů, v rámci podpory angažovanosti členů, které se v odpovědích participantů opakovaly je nabídka příležitostí ke zkušenostem a osobnímu růstu. „*Snažíme se šířit myšlenku, že když děláš pro unii, tak ona ti to minimálně dvojnásobně vrátí,*“ zaznělo v jednom z rozhovorů. Podle participantky 4 je klíčem ukazovat, že aktivita může vést k větší zodpovědnosti: „*Můžou si vyzkoušet nové věci, získat zkušenosti nebo vést nějakou sekci.*“

Mezi konkrétní motivační faktory pak patří už například samotné projekty, kdy aktivní členové mají možnost vést vlastní projekt nebo se účastnit akcí, na které může jet pouze omezený počet lidí. „*Třeba oblíbený Seznamovák, každý člen chce jet, ale musí to být nějaká motivace, aby se na něj člověk dostal. Je potřeba si ho vlastně zasloužit,*“ uvádí participantka 5.

Angažovanost je částečně podpořena také pravidly a očekáváními, například ohledně účasti na schůzích, či zapojení do projektů. „*Hlídá se docházka na schůze, jestli se omlouvají, sleduje se zapojení. A pokud něco nejde, tak se snažíme, aby aspoň komunikovali,*“ dodává participantka 3. Zároveň však vedení spolku reflektuje, že zapojení nelze vynucovat. „*Je to o dobrovolnosti. Pokud někdo nechce, tak to bohužel nezměníme a ten člověk potom náš spolek opustí,*“ zaznívá od participantky 2.

Jedním z důležitých nástrojů, jak vedení podporuje spolupráci, je vhodný výběr projektových manažerů. „*To, koho zvolíme jako manažera, hodně ovlivňuje dynamiku*

týmu,“ vysvětlil participant 1. Manažeři pak často slouží jako most mezi vedením a členy a mají vliv na to, jaká atmosféra v projektových týmech panuje. Zásadní roli pak hrají pravidelné společné aktivity, ať už formálního nebo zábavného charakteru. „*Po každé schůzi si jdeme společně sednout, třeba na pivo. Myslím, že to fakt pomáhá kolektivu,*“ zmiňují jednotně všichni. Podobně se osvědčily i interní akce jako motokáry, chaty nebo tematické pub kvízy. „*Na těchto akcích se hlavně prolomí ledy. Baviš se najednou úplně s jinými lidmi než obvykle,*“ dodává participantka 5.

Pondělní schůze jsou zároveň místem nejen pro informování, ale i pro budování vztahů. „*Přímo potom konkrétně v rámci nějakých mini aktivit na schůzích se je snažíme nějak stmelit nějakou lehkou interakcí, ať to i pro ně není jenom to, že si to tam odsedí a odposlouchají,*“ uvádí participant 1. V rámci projektového fungování se osvědčil i princip vzájemné podpory mezi členy s různou mírou zkušeností. „*Je fajn, když třeba bývalý manažer pomáhá tomu novému, ale ne tak, že mu říká, co má dělat, spíš ho jen nasměruje,*“ dodává participantka 4. A nakonec i pravidelné workshopy zaměřené na konkrétní dovednosti (např. propagaci nebo produkci). „*Zároveň potom i vlastně v rámci těch projektů tím, že ty týmy se dost jako mění, tak se většinou lidi potkají s někým jiným a vlastně poznají tu spolupráci s různými typy lidí.*“ shrnuje participantka 2.

6.6 Budoucnost organizační kultury z pohledu vedení

Vedení Studentské unie má v rámci svého mandátu různé cíle a představy o tom, jak by se mohla unijní kultura dále rozvíjet. Zde jsou některé z jejich příkladů:

„*Můj prvotní záměr byl vytvořit po odchodu starších členů nový kolektiv, protože ten tu dřív moc nebyl. A to se nám teď docela daří,*“ říká jeden z hlavních představitelů vedení. Dlouhodobě se chce zaměřit na to, aby kolektiv fungoval stabilně, členové měli chuť se zapojovat a současné projekty byly udržitelné. „*Rádi bychom taky zavedli něco jako otevřené hodiny – prostě možnost, kdy by za námi členové mohli kdykoliv přijít na kancelář s jakýmkoliv podnětem,*“ přidává ještě nakonec.

Dalším nápadem je větší podpora „rotace“ členů mezi sekcemi, což by jim umožnilo lépe poznat fungování SU a získat také širší obzory a zkušenosti. „*Chceme, aby si zkusili fundraising, propagaci, produkci, jo a taky bychom rádi udělali náš vlastní merch. Jednak pro reprezentaci SU a taky abychom u toho ještě nějak vypadali,*“ dodává s úsměvem viceprezidentka.

Od skupiny HR padly prosby jako: „*Chtěla bych, aby byla větší motivace chodit na interní akce, víc se poznat i mimo práci. Ale myslím, že se to třeba zlepší na chatě.*“ A nakonec od druhé HR i výzva k větší otevřenosti vůči novým nápadům: „*Byla bych ráda, kdyby se někteří starší členové už posunuli dál a uvolnili prostor těm, co jsou zapálení a chtějí dělat věci jinak. Přinést do toho trochu své bláznivosti a ozvláštnit to.*“

Nakonec už jen motivační věta vyřknuta z úst viceprezidentky: „*Malý krok pro lidstvo, velký krok pro Studentskou unii.*“

7 ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

Závěrečná kapitola se bude zabývat zodpovězením výzkumných otázek na základě dat z kvantitativního a kvalitativního šetření, konkrétně dotazníku a polostrukturovaných rozhovorů. Na závěr po zodpovězení výzkumných otázek bude kapitola doplněna doporučeními pro Studentskou unii UTB v rámci vylepšení její organizační kultury.

7.1 VO1: Jaké jsou klíčové prvky organizační kultury Studentské unie UTB?

Klíčové prvky organizační kultury Studentské unie UTB mohou být ovlivněny různými faktory, které formují prostředí a fungování organizace. Mezi tyto prvky patří:

- **Týmová spolupráce a přátelský kolektiv** – považované za nejzásadnější aspekty pro fungování organizace.
- **Jasná organizace a vedení** – strukturované řízení a rozdělení rolí jsou vnímány jako důležité pro efektivní chod spolku.
- **Dodržování interních účelů organizace, respekt k vedení, aktivní zapojení** – jsou to základní hodnoty, které tvoří vnitřní strukturu organizace.
- **Otevřená a transparentní komunikace** – klíčová pro důvěru a efektivní spolupráci. Vztahy mezi členy jsou přátelské, otevřené a mnohdy osobní. Členové často tráví čas nejen pracovně, ale i mimo oficiální akce.
- **Motivace a podpora osobního rozvoje** – členové jsou podporováni ve vzdělávacím i osobním růstu, ať už prostřednictvím workshopů, školení nebo vedení projektů.

Vedení Studentské unie se podobně jako členové shoduje na tom, že mezi klíčové hodnoty spolku patří otevřenost, rovnost, spolupráce, rozvoj jednotlivce a přátelská atmosféra. Vize SU je komunikována formálně i neformálně, prostřednictvím schůzek, workshopů, interních komunikačních kanálů. Důraz je kladen i na to, aby se členové nebáli otevřeně sdílet své názory. Noví členové jsou seznámeni se základními pravidly a očekáváními, včetně stanov spolku, u kterých jsou členové nabádáni k jejich přečtení. Spolek Studentská unie se snaží vytvářet prostředí, které členům nabízí příležitosti k osobnímu růstu a zkušenostem využitelným posléze i mimo organizaci.

7.1.1 Materiální prvky

Na základě výsledků hlasování respondenti považují za nejdůležitější materiální prvek **veřejné komunikační kanály**, což odráží důraz na digitální komunikaci a její schopnost oslovit širokou veřejnost. **Společné prostory**, konkrétně několikrát zmíněný „kancel Studentské unie“, tyto prostory hrají významnou roli v chodu spolku, podporují osobní interakci a týmovou spolupráci. Podstatná je také **vizuální identita**, kterou se spolek snaží reprezentovat. **Interní komunikační kanály** a **off-line propagace** patří mezi nedílnou součást organizační kultury spolku.

7.1.2 Nemateriální prvky

Tradice a rituály považují členové za podstatné v rámci udržení kultury spolku. Mezi nejvýznamnější patří pravidelné pondělní schůze, které jsou často následovány neformálním posezením. Mezi rituály můžeme případně zařadit přijímání nových členů. To probíhá každý semestr a nese určité prvky tajemnosti, které přispívají k jeho výjimečnosti. Dále byly zmíněny oslavy po dokončení projektů, udílení interních ocenění, tradiční akce jako Majáles, Seznamovák a interní závěrečná chata. Tyto akce napomáhají ke stmelování kolektivu a podporují mezilidské vztahy. Mezi nemateriální prvky patří i **sdílení zkušeností**, což poukazuje na důležitost komunikace a kolektivního učení.

7.2 VO2: Jak vnímají členové organizace tyto prvky?

Na základě odpovědí 61 respondentů lze říct, že členové spolku Studentské unie UTB vnímají nejdůležitější prvky fungování organizace především v oblasti mezilidských vztahů, spolupráce a komunikace.

- **Týmová spolupráce a přátelský kolektiv** jsou vnímány jako zásadní, většina členů zdůrazňuje, že právě dobré vztahy a vzájemná podpora jsou klíčem k efektivnímu fungování a plnění cílů spolku. Respondenti si cení otevřenosti a silné týmové kultury, která jim umožňuje aktivně se zapojovat do projektů a zároveň se v organizaci cítit dobře.
- **Jasná organizace a vedení** – většina členů vnímá strukturu SU jako přehlednou a srozumitelnou. Role a odpovědnosti jsou dobře rozdělené a fungují tak jako pevný rámec, který usnadňuje spolupráci při realizaci projektů. Členové oceňují, že vedení je aktivní, komunikativní a snaží se jít příkladem. To vede ke vzniku důvěry mezi vedením a ostatními členy spolku.

- **Dodržování interních hodnot a principů**, které jsou zapsány ve stanovách Studentské unie UTB, vnímají členové převážně pozitivně. Výsledky dotazníku ukazují, že většina účelů je členy spolku považovaná za dodržované. Nejvíce oceňují organizaci kulturních, společenských a sportovních akcí, vzdělávací aktivity a budování pozitivního obrazu univerzity. Také v oblastech zastupování zájmů studentů, ochrany práv členů či informování o dění na univerzitě je vnímáno kladně. Menší jistota se objevuje u spolupráce s dalšími studentskými organizacemi a zapojení zahraničních studentů, kde část respondentů zaujala neutrální nebo nesouhlasný postoj. Celkově však výsledky ukazují, že členové Studentské unie UTB vnímají naplňování stanovených hodnot a principů jako důležitou součást činnosti spolku.
- **Komunikace** je považována za velmi otevřenou a transparentní, členové se cítí být informováni a mají prostor vyjadřovat své názory. Objevily se také ale tužby po větším vlivu na chod organizace. Zároveň si většina je vědoma i nástrojů, jako je například „schránka důvěry“, i když její využití zatím není časté.
- **Interní komunikace, aktivita a motivace** – členové, kteří se cítí být informováni a respektováni, jsou zároveň většinou ti, kteří se nejvíce zapojují do chodu organizace. Aktivní zapojení je vnímáno nejen jako očekávání, ale i jako přirozený důsledek dobré atmosféry a motivujícího prostředí. Pokud někdo dlouhodobě neplní své úkoly nebo se nezapojuje, je to v kolektivu vnímáno jako problém, právě proto, že ostatní členové naopak vnímají aktivitu jako klíčovou součást spolku.

7.2.1 Materiální prvky

Materiální prvky jako jsou společné prostory nebo veřejné komunikační kanály, jsou členy vnímány jako důležité pro každodenní fungování, zejména s důrazem na komunikaci a podporu týmové spolupráce. Členové oceňují, že mají prostor pro osobní i pracovní interakci, a že veřejné komunikační kanály dobře slouží k informování i reprezentaci spolku navenek.

7.2.2 Nemateriální prvky

Zde respondenti vyzdvihují zejména tradice a rituály, které vnímají jako stěžejní pro zachování identity spolku. Také sdílení zkušeností a příběhů o minulých úspěších je pro ně důležité, pomáhá jim to při budování určité návaznosti a udržování týmového ducha.

Co se týče postojů k samotné organizaci, členové Studentskou unii často vnímají jako „rodinu“, se kterou jsou spojeni loajalitou a vzájemným respektem. Přestože se někdy objevují drobné komunikační bariéry, celkově ale převažuje pocit sounáležitosti, důvěry a ochoty spolupracovat.

7.3 VO3: Jaké prvky organizační kultury jsou důležité pro jejich motivaci být členem organizace?

Prvním zásadním prvkem je **přátelský a podporující kolektiv**, který vytváří silný sociální charakter členství. Lidé mají tendenci se cítit více motivováni, pokud jsou součástí kolektivu, který je nejen přívětivý, ale také podporující. Pozitivní mezilidské vztahy ve Studentské unii zajišťují nejen příjemné pracovní prostředí, ale i pocit, že člověk někam patří.

Dalším klíčovým faktorem je možnost **seberealizace a týmová spolupráce**. Členové Studentské unie oceňují příležitost aktivně se podílet na projektech, kde mohou využít své schopnosti a dovednosti, rozvíjet je a zároveň přispět k dosažení společného cíle, například v rámci organizace nějakého konkrétního projektu. Zároveň určitá příležitost k osobnímu rozvoji. Důležitá stránka **smysluplné činnosti**, což souvisí s tím, že členové spolku vnímají podstatu organizace a její celkové smysluplnosti v rámci UTB.

Dále jsou to **tradice a symbolické prvky**, které pomáhají utvářet jedinečnou identitu SU. Mezi tyto prvky můžeme zařadit například přijímání nových členů, pravidelné interní akce a schůze pořádané každé pondělí. Kromě toho hrají roli **společné prostory**, které podporují propojení mezi členy efektivní spolupráci. Konkrétním příkladem může být již několikrát zmíněný unijní kancl, kde se členové každé pondělí setkávají, mohou jej využívat ale i dle potřeby přes týden, například na projektové schůzky. Společné prostory umožňují totiž snadnou výměnu informací, zajišťují efektivní komunikaci a zvyšují angažovanost členů. Zjednodušují tak pracovní procesy a často i usnadňují kolektivní rozhodování.

Dalším motivačním faktorem je možnost **vyjádřit vlastní názor** a ovlivnit například chod organizace. Pokud mají členové organizace pocit, že jejich hlas je slyšet a že mohou ovlivnit směřování organizace, cítí se více zapojeni a motivováni k tomu, aby se podíleli na její činnosti.

Všechny tyto organizační prvky jsou pro mnoho členů důležitým motivátorem k tomu, aby zůstali součástí organizace.

7.4 Doporučení

Na základě kvantitativního a kvalitativního výzkumného šetření byly nalezeny oblasti organizační kultury Studentské unie, které by se daly ještě lépe rozvíjet. Následující doporučení mají za cíl podpořit lepší angažovanost a týmového ducha spolku, aktivní zapojení členů a dlouhodobou stabilitu a atraktivitu organizace.

Členové vnímají komunikaci s vedením spolku převážně jako otevřenou a důvěřují mu. Přesto někteří členové vyjádřili přání po ještě větší transparentnosti, či vyjádření individuálních názorů. Jako možné zlepšení by mohly přicházet v úvahu, jak bylo navrženo prezidentem organizace v kvalitativním rozhovoru, otevřené volné schůzky. Vedení by uvedlo čas, kdy za nimi kdokoliv může přijít a říct, co má na srdci. Rovněž by tento problém mohlo vyřešit připomenutí umístění schránky důvěry na Valné hromadě, protože, jak vyplývá z kvantitativního šetření, většina členů ví, že schránka existuje, ale neví, kde by ji hledali.

Vzájemné vztahy uvnitř spolku byly rovněž hodnoceny spíše pozitivně například slovy: atmosféra je přívětivá, týmová a podporující. Přesto se objevuje tendence k vytváření menších skupinek podle osobních sympatií. Tuto situaci by mohl zlepšit větší počet interních teambuildingových aktivit, které by podpořily propojení členů napříč celým spolkem. Objevily se však obavy ze strany HR, že o tyto akce není mezi členy dostatečný zájem – důvodem může být nevhodně zvolený typ aktivit. Jedním z možných řešení je vytvoření dotazníku s návrhy na interní události, v němž by se každý člen mohl vyjádřit, o jaký typ akce by měl zájem.

Na základě výsledků dotazníkového šetření by stálo za úvahu provést revizi znění stanov, zejména části týkající se vyjmenování základních účelů spolku. Z dotazníkovém šetření totiž vyplynulo, že někteří členové mají pochybnosti o naplňování některých z těchto účelů. Často volili neutrální odpověď, což může poukazovat buď na skutečné nedodržování daných bodů, nebo na nedostatečnou informovanost členů o činnosti spolku v daných oblastech. Tuto situaci by mohlo pomoci vyřešit otevření diskuze o účelech spolku například na Valné hromadě nebo v soukromí. Výsledkem by mohlo být odstranění neaktuálních bodů, případně doplnění nových, které by lépe reflektovaly současnou činnost a směřování spolku.

ZÁVĚR

Tato práce se zaměřovala na organizační kulturu Studentské unie UTB, která působí jako studentská nezisková organizace v rámci Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Cílem práce bylo identifikovat klíčové prvky její organizační kultury, zjistit, jak jsou tyto prvky vnímány samotnými členy a jaký vliv mají na jejich motivaci být součástí organizace. Prvky, které tuto kulturu formují, ovlivňují nejen atmosféru uvnitř organizace, ale také míru zapojení, angažovanost a motivaci jejích členů dané organizace.

Výsledky ukázaly, že organizační kultura SU UTB má silné prvky týmové spolupráce, přátelského kolektivu a jasnou strukturu vedení. Existují také ale oblasti, kde je prostor pro případné zlepšení motivace a efektivnější komunikaci.

V práci je možné pokračovat například hlubší analýzou konkrétních motivačních faktorů u různých typů členů nebo případně zkoumáním v praxi dopadu navržených doporučení. Zároveň by se také dalo vyzkoušet porovnat výsledky s jinými studentskými organizacemi v rámci univerzit v České republice.

Mezi hlavní limity této práce patří omezený počet respondentů v kvalitativní části výzkumu a skutečnost, že výsledky zachycují stav v konkrétním časovém období, což může ovlivnit jejich obecnou platnost.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- ARMSTRONG, Michael a TAYLOR, Stephen, 2015. *Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy*: 13. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 9788024752587.
- BAČUVČÍK, Radim, 2011. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM. ISBN 9788087500019.
- BARTÁK, Jan, 2023. *Řízení lidí v organizacích*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3823-4.
- EVANGELU, Jaroslava Ester, 2009. *Diagnosticke metody v personalistice*. Manažer. Management. Praha: Grada. ISBN 9788024726076.
- HAJEROVÁ MÜLLEROVÁ, Lenka; DEPOO, Lucie a STŘÍTESKÝ, Marek, 2024. *Řízení lidských zdrojů v kontextu organizačního chování*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7676-996-0.
- KRECHOVSKÁ, Michaela; HEJDUKOVÁ, Pavlína a HOMMEROVÁ, Dita, 2018. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Expert. Praha: Grada Publishing. ISBN 9788024730752.
- LATHAM, G, P; PINDER, C, C, 2005. *Work Motivation Theory and Research at the Dawn of the Twenty-First Century*. *Annual Review of Psychology*, 56, 485–516. Dostupné z: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142105>
- LUKÁŠOVÁ, Růžena, 2010. *Organizační kultura a její změna*. Expert. Praha: Grada. ISBN 9788024729510.
- LUKÁŠOVÁ, Růžena a NOVÝ, Ivan, 2004. *Organizační kultura: od sdílených hodnot a cílů k vyšší výkonnosti podniku*. Expert. Praha: Grada. ISBN 8024706482.
- MASLOW, Abraham Harold, 2015. *A theory of human motivation*. [USA]: [CPSIA]. ISBN 978-1-68411-318-7.
- MASLOW, Abraham Harold, 2021. *Motivace a osobnost*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-1728-2.
- MCCORD, Patty, [2017]. *Powerful: building a culture of freedom and responsibility*. United States: Silicon Guid. ISBN 978-1-939714-09-1.
- NEWMAN, Melissa D., 2024. *Effective management of non-profit organisations: leading relationships with stakeholders*. Abingdon, Oxon: Routledge. Dostupné z: <https://doi.org/9781003380030>.

PELIKÁNOVÁ, Anna, 2018. *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky*. 3., aktualizované vydání. Účetnictví a daně. Praha: Grada Publishing. ISBN 9788027121175.

PLAISANCE, Guillaume a GOUJON BELGHIT, Anne, 2024. *Non-profit governance: twelve frameworks for organisations and research*. London: Routledge. Dostupné z: <https://doi.org/1040145728>.

PROVAZNÍK, Vladimír a Růžena KOMÁRKOVÁ. 2004. *Motivace pracovního jednání*. 2. vydání. Praha: Oeconomica. ISBN 80-245-0703-X.

SHIRAEV, Eric a LEVY, David A., 2020. *Mezikulturní psychologie: kriticky a aplikovaně*. Společnost. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-3112-9.

SILENTPARTNERSOFTWARE.COM. 2023. *The Key to Motivating Non-profit Employees*. In. [silentpartnersoftware.com](https://www.silentpartnersoftware.com) [online]. [cit. 2023-01-23]. Dostupné z: <https://www.silentpartnersoftware.com/blog/nonprofit-management-and-hr/key-motivating-non-profit-employees/>

Studentská unie UTB, z. s.. *Stanovy spolku*. 2022. In. [justice.cz](https://or.justice.cz) Zlín, L 11094. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=72756808&subjektId=782698&spis=777544>

TURECKIOVÁ, Michaela, 2004. *Řízení a rozvoj lidí ve firmách*. Psyché. Praha: Grada. ISBN 8024704056.

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Věk členů SU (Zdroj: vlastní zpracování).....	33
Graf 2: Dělení respondentů dle délky jejich členství (Zdroj: vlastní zpracování).....	34
Graf 3: Dodržování principů a pravidel (Zdroj: vlastní zpracování)	36
Graf 4: Vnímání materiálních prvků (Zdroj: vlastní zpracování).....	37
Graf 5: Vnímání nemateriálních prvků (Zdroj: vlastní zpracování)	38
Graf 6: Vnímání sdílení informací členy spolku (Zdroj: vlastní zpracování).....	39
Graf 7: Odkud respondenti čerpají informace o dění v SU (Zdroj: vlastní zpracování)	40
Graf 8: Vyjádření postoje respondentů k sadě tvrzení (Zdroj: vlastní zpracování).....	41
Graf 9: Co motivuje respondenty, aby byli členy spolku (Zdroj: vlastní zpracování)	44

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

SU UTB	Studentská unie UTB
UTB	Univerzita Tomáše Bati
FMK	Fakulta multimediálních komunikací
FHS	Fakulta humanitních studií
FT	Fakulta technologická
FLKŘ	Fakulta logistiky a krizového řízení
FAI	Fakulta aplikované informatiky
FAME	Fakulta managementu a ekonomiky
tzv.	takzvaně
z. s.	Zapsaný spolek
HR	Human Resources

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Scénář dotazníkového šetření

Příloha P II: Scénář polostrukturovaného rozhovoru

Příloha P III: Dodatečné grafy ke kvalitativnímu šetření

Příloha P IV: Data z dotazníkového šetření a audio nahrávky polostrukturovaných rozhovorů

Příloha P V: Přehled veřejných a interních akcí SU

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Organizační kultura Studentské unie UTB

Ahoj!

Chtěla bych tě požádat o vyplnění dotazníku, který je součástí mé závěrečné práce na téma organizační kultury naší unie. Vaše upřímné odpovědi mi pomohou lépe pochopit naše společné hodnoty, jejich vnímání a motivace. Výsledky, které budou z dotazníku získány budou použity v mé bakalářské práci.

Dotazník je zcela anonymní a jeho vyplnění ti zabere 15 - 20 minut.

Předem ti moc děkuji za čas a ochotu vyplnit můj dotazník.

Alžběta Hrušková

* Označuje povinnou otázku

1. Jak dlouho jsi členem Studentské unie UTB: *

- ☐ méně než 1 rok
- ☐ více než 1 rok
- ☐ více než 2 roky
- ☐ více než 3 roky
- ☐ více než 4 roky
- ☐ více než 5 let
- ☐ 6 let a více

2. Co tě motivovalo ke vstupu do spolku?

např.: získat zkušenosti, najít kamarády, zlepšit studentský život

Vaše odpověď

3. Do jaké míry jsi spokojený/á se členstvím v SU? *

- 1 2 3 4 5
- tzn. velmi spokojen ○ ○ ○ ○ ○ tzn. velmi nespokojen

4. Nakolik členství v SU splnilo tvé očekávání? *

- Členství předčilo má očekávání
- 1 2 3 4 5
- Čekal/a jsem více

Klíčové prvky pro fungování organizace

5. Co podle tebe nejvíce vystihuje fungování SU? (Vyber max. 3 možnosti) *

- ☐ Týmová spolupráce
- ☐ Inovativní přístup a nápady
- ☐ Přátelský kolektiv
- ☐ Dodržování tradic
- ☐ Jasná organizace a vedení
- ☐ Jiné: _____

6. Jak bys popsal/a atmosféru v SU? *

- ☐ Velmi přátelské a podporující
- ☐ Převážně přátelské, ale někdy formální
- ☐ Neutrální, převládá pracovní přístup
- ☐ Spíše formální a chladné

7. Jak vnímáš vztahy mezi členy SU? *

- ☐ Velmi přátelské a spolupracující
- ☐ Převážně přátelské, ale občas soutěživé
- ☐ Spíše formální a profesionální
- ☐ Spíše nepřátelské

8. Jak vnímáš materiální prvky, které charakterizují prostředí SU? *

	Velmi výrazné	Výrazné	Nevýrazné	Velmi nevýrazné	Nedokážu posoudit
Prostor, kde se organizace setkává (kancel).	☐	☐	☐	☐	☐
Veřejné komunikační kanály.	☐	☐	☐	☐	☐
Interní komunikační kanály.	☐	☐	☐	☐	☐
Offline materiály propagující akce (plakáty a pod.)	☐	☐	☐	☐	☐
Vizuální identita (logo, barevnost)	☐	☐	☐	☐	☐

9. Který z těchto materiálních prvků, klidně i konkrétně, považuješ za nejdůležitější? *

Vaše odpověď _____

10. Jak důležité jsou podle tebe následující nemateriální prvky pro identitu SU? *

	Velmi důležité	Důležité	Nedokážu posoudit	Nedůležité	Zbytečné
Tradice (např. uvítací akce pro nové členy)	☐	☐	☐	☐	☐
Rituály	☐	☐	☐	☐	☐
Způsob oslovování mezi členy	☐	☐	☐	☐	☐
Sdílení příběhů o minulých úspěších či významných událostech	☐	☐	☐	☐	☐

11. Který z těchto nemateriálních prvků, klidně i konkrétně, považuješ za nejdůležitější? *

Vaše odpověď _____

12. Které z následujících principů a pravidel jsou podle tebe v SU nejvíce dodržované? (Vyber max. 3 možnosti) *

- ☐ Dodržování interních pravidel a procesů
- ☐ Včasnost a spolehlivost při plnění úkolů
- ☐ Respekt k vedení organizace
- ☐ Rovnost a spravedlivý přístup ke všem členům
- ☐ Aktivní zapojení do společných aktivit
- ☐ Jiné: _____

13. Jsou podle tebe pravidla a normy chování jasně stanoveny? *

	1	2	3	4	5	
Velmi jasné	☐	☐	☐	☐	☐	Zcela nejasné

14. Máš pocit, že vedení Studentské unie jde členům příkladem v dodržování hodnot a principů organizace? *

	1	2	3	4	5	
Rozhodně ano	☐	☐	☐	☐	☐	Vůbec ne

Komunikace

15. Jak se cítíš v kolektivu členů Studentské unie? *

	1	2	3	4	5	
Velmi dobře	☐	☐	☐	☐	☐	Velmi špatně

16. Informace v rámci SU jsou sdíleny otevřeně a transparentně. *

- ☐ Ano, vím o všem
- ☐ Spíše ano
- ☐ Spíše ne
- ☐ Ne, nevím, co se děje

17. Kde získáváš informace o dění ve Studentské unii? *

- ☐ Schůze Studentské unie
- ☐ Schůze s projekty
- ☐ Email
- ☐ Skupina na Messengeru
- ☐ Facebooková skupina - Členové SU
- ☐ Google Chat
- ☐ Veřejné profily Studentské unie na sociálních sítích
- ☐ Jiné: _____

18. Cítíš, že máš dostatek prostoru vyjádřit své nápady a připomínky? *

	1	2	3	4	5	
Ano, vždycky	☐	☐	☐	☐	☐	Ne, nikdy

19. Víš, že má Studentská unie schránku důvěry? *

- ☐ Ano
- ☐ Ne

20. Víš, že má Studentská unie schránku důvěry? *

Pokud ano, kde?

Vaše odpověď _____

21. Do jaké míry souhlasíš, či nesouhlasíš s tvrzením. *

	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Neutrální postoj	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
SU je jako rodina, na kterou se mohu spolehnout.	☐	☐	☐	☐	☐
Se všemi členy SU si rozumím.	☐	☐	☐	☐	☐
Mezi členy SU panuje vzájemný respekt.	☐	☐	☐	☐	☐
Mezi členy panuje napjatá atmosféra.	☐	☐	☐	☐	☐
Členové jsou k organizaci loajální.	☐	☐	☐	☐	☐

22. Do jaké míry si myslíš, že Studentské unie plní následující poslání?

	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Neutrální postoj/Nevím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Snaží se o neustálý rozvoj prostředí, života a vzdělání studentů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (dále jen „UTB“).	☐	☐	☐	☐	☐
Zastupuje zájmy studentů UTB při jednání s vedením univerzity, fakult a dalšími organizacemi.	☐	☐	☐	☐	☐
Spolupracuje s dalšími organizacemi zastupujícími studenty UTB.	☐	☐	☐	☐	☐
Reprezentuje studenty UTB při jednání na veřejnosti.	☐	☐	☐	☐	☐
Chrání zájmy členů, čestných členů SU UTB a studentů UTB.	☐	☐	☐	☐	☐

Vzdělává členy SU UTB.	☐	☐	☐	☐	☐
Organizuje kulturní, společenské, vzdělávací a sportovní akce, a to primárně pro studenty UTB, zaměstnance UTB a veřejnost města Zlína.	☐	☐	☐	☐	☐
Informuje studenty o dění na UTB a jejich fakultách.	☐	☐	☐	☐	☐
Podporuje zapojení zahraničních studentů do dění na UTB.	☐	☐	☐	☐	☐
Buduje pozitivní image UTB.	☐	☐	☐	☐	☐

Motivace

23. Které z následujících věcí tě nejvíce motivují k tomu, abys byl/a členem SU? *
(Vyber max. 3 možnosti)

- ☐ Přátelské prostředí
- ☐ Možnost osobního růstu
- ☐ Získávání nových zkušeností
- ☐ Účast na zajímavých projektech
- ☐ Uznání za vykonanou práci
- ☐ Možnost ovlivnit chod organizace
- ☐ Jiné: _____

24. Cítíš, že vedení SU aktivně podporuje motivaci členů být aktivními? *

- ☐ Ano
- ☐ Spíše ano
- ☐ Spíše ne
- ☐ Ne

25. Je něco, co by tě více motivovalo k aktivnímu zapojení ve Studentské unii? *

Vaše odpověď _____

26. Členství ve spolku bych doporučil/a svým přátelům. *

- ☐ Ano
- ☐ Spíš ano
- ☐ Spíše ne
- ☐ Ne

Demografické údaje

27. Pohlaví *

- ☐ Žena
- ☐ Muž
- ☐ Jiné

28. Věk *

- ☐ 18-19
- ☐ 20-21
- ☐ 22-23
- ☐ 24-25
- ☐ 26-27

29. Fakulta *

- ☐ FMK
- ☐ FHS
- ☐ FAME
- ☐ FT
- ☐ FAI
- ☐ FLKŘ

30. Je něco, co by jsi rád/a vzkázal/a vedení unie?

Vaše odpověď

Jsi u konce dotazníku, teď už stačí jen odeslat!
Děkuji za tvůj čas a ochotu. 🍷

Zpět

Odeslat

Vymazat formulář

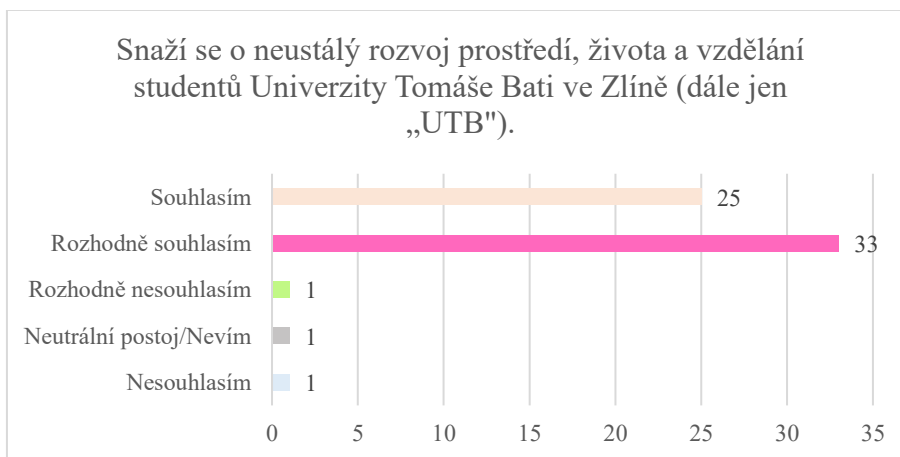
PŘÍLOHA P III: SCÉNÁŘ POLOSTRUKTUROVANÉHO ROZHOVORU

Na začátku rozhovoru je participant přivítán a seznámen s tématem rozhovoru i bakalářské práce. Následně je požádán o souhlas s nahrávání zvukového záznamu, který bude využit pro potřeby analýzy výzkumného šetření a jako součást bakalářské práce. Po udělení souhlasu může rozhovor začít a nahrávání je tedy spuštěno.

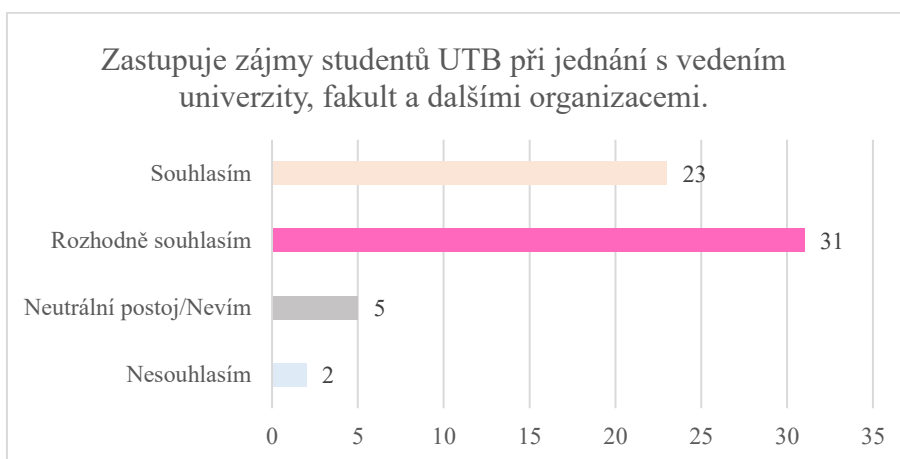
1. Jak se jmenujete a jaká je vaše funkce v SU.
2. Popište třemi slovy kulturu SU.
3. Jaké hlavní hodnoty a principy se snažíte jako vedení v Studentské unii prosazovat?
4. Myslíte si, že jako vedení ovlivňujete atmosféru uvnitř organizace?
5. Jaké rituály nebo tradice považujete za klíčové pro udržení specifické kultury SU?
6. Jakým způsobem komunikujete vizi a poslání spolku novým i stávajícím členům?
7. Jak podle vás členové vnímají současnou organizační kulturu Studentské unie?
8. Vnímáte nějaké slabé stránky, nebo případně problémy současné kultury?
9. Jakým způsobem jako vedení zjišťujete, zda se členové se současnou kulturou organizace ztotožňují?
10. Jak se mění vnímání organizační kultury v průběhu času – například mezi novými a dlouhodobými členy, vnímáte to nějak?
11. Podnikáte nějaké kroky pro zvýšení angažovanosti a loajality členů?
12. Jakým způsobem podle vás vedení podporuje spolupráci mezi členy a budování týmového ducha?
13. Jaké změny byste jako vedení v rámci vašeho mandátu chtěli v kultuře Studentské unie zavést?

PŘÍLOHA P II: DODATEČNÉ GRAFICKÉ ZNÁZORNĚNÍ ODPOVĚDÍ DOTAZNÍKU

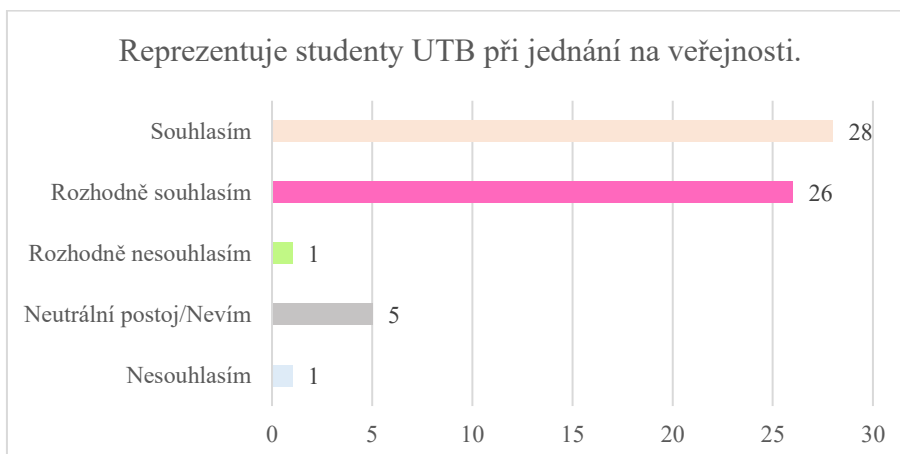
1. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 1



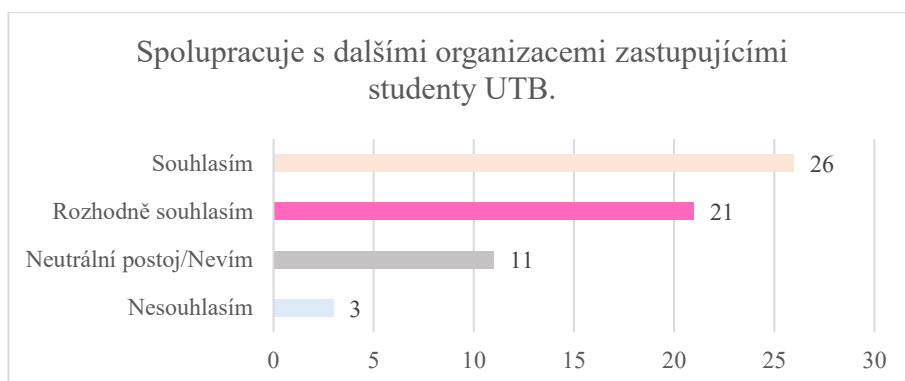
2. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 2



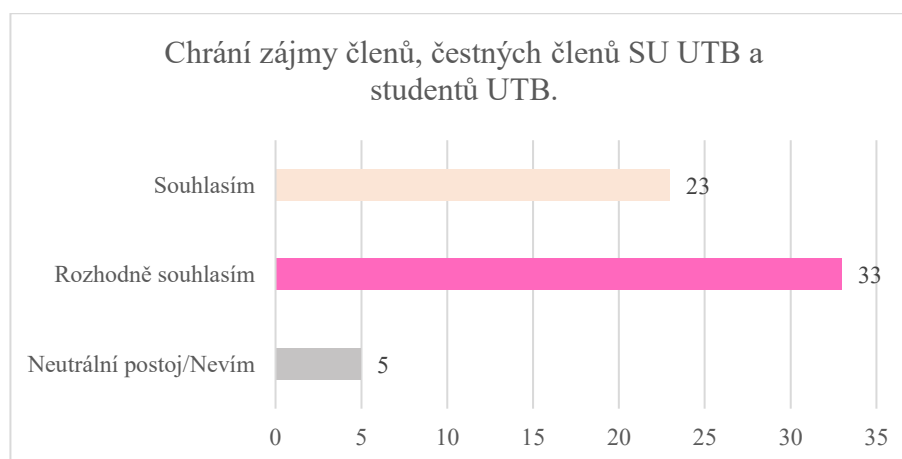
3. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 3



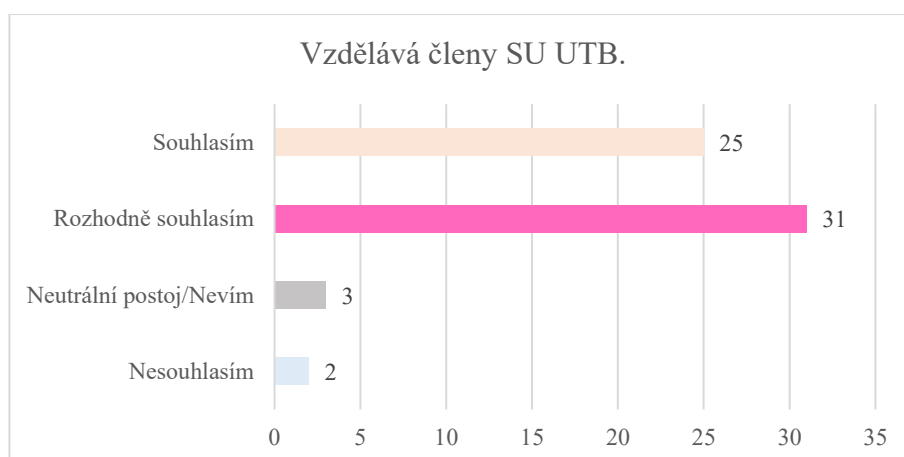
4. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 4



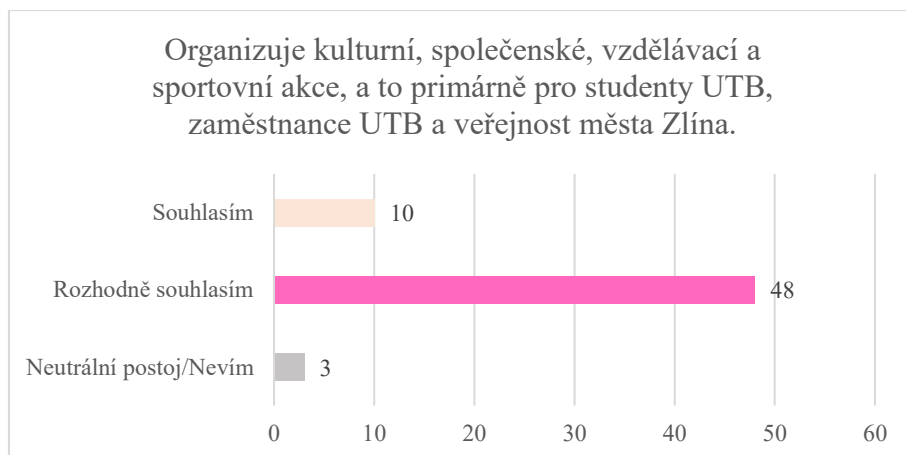
5. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 5



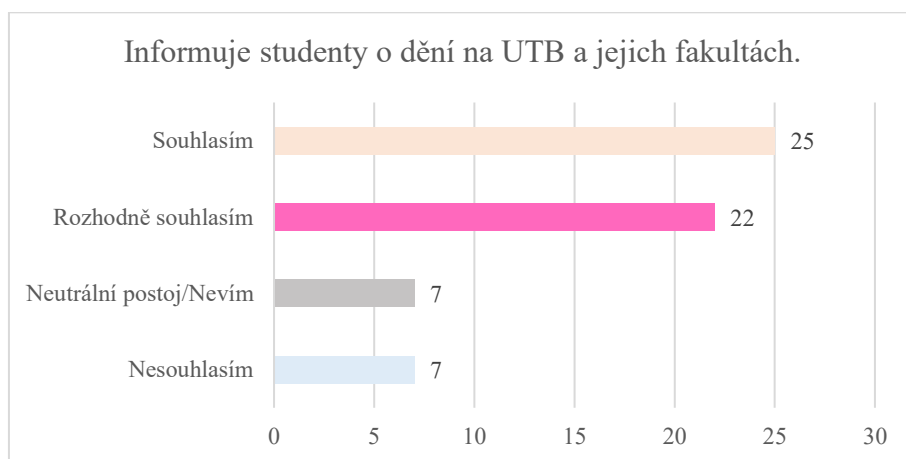
6. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 6



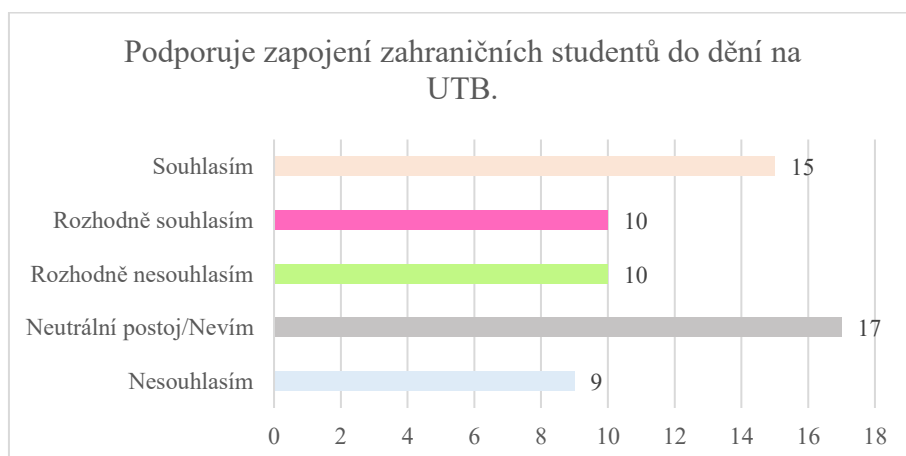
7. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 7



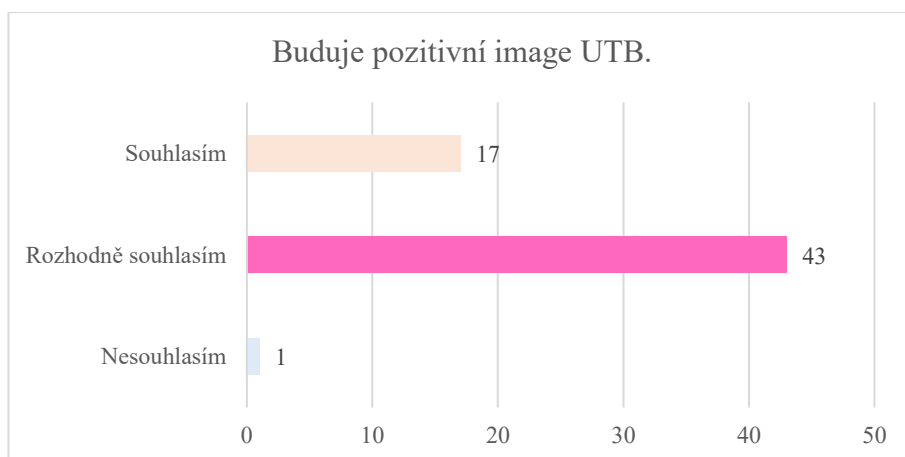
8. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 8



9. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 9



10. Grafické znázornění odpovědi respondentů na vnímání účelu 10



PŘÍLOHA P IV: DATA Z DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ A AUDIO NAHRÁVKY POLOSTRUKTUROVANÝCH ROZHovorU

Data z dotazníkového šetření

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1OE8yWQBVsqVQRWBNv00sZTKATLAtbY5gP9KOD8yC3v4/edit?usp=sharing>

Audio nahrávky polostrukturovaných rozhovorů

https://drive.google.com/drive/folders/1Pa25w9SrlpQYDE8Q1q909_my5HTuVYGE?usp=sharing

PŘÍLOHA P V: PŘEHLED VEŘEJNÝCH A INTERNÍCH AKCÍ SU

Studentská unie UTB realizuje řadu různorodých projektů, přičemž některé organizuje ve spolupráci s Univerzitou Tomáše Bati, zatímco jiné jsou zcela v její vlastní režii. Akce jsou určeny především studentům a zaměstnancům univerzity, ale některé z nich jsou otevřeny i široké veřejnosti. Kromě toho SU pořádá i interní akce pro své členy, které podporují týmového ducha a rozvoj komunity.

- **Veřejné akce:**

Seznamovák UTB pomáhá novým studentům seznámit se s univerzitním prostředím a spolužáky během týdenního pobytu s aktivitami, workshopy a přednáškami.

Vítání prvků UTB symbolicky přijímá nové studenty do akademické obce, přičemž hlavní ceremoniál je spojen s tradičním „pasováním botou Baťa“.

Business Day propojuje studenty s potenciálními zaměstnavateli prostřednictvím přednášek a prezentací firem. Tento projekt je spolupráci s Job Centrem.

Halloween Party je akce v tematických kostýmech, na způsob oslavy amerického svátku.

Pivní spirála je soutěžní běh po zlínských podnicích, kde týmy plní pivní výzvy na čas.

PředneSU přináší inspirativní přednášky známých osobností.

Mezinárodní den studentstva připomíná historické milníky spojené se 17. listopadem a podporuje edukaci o významu svobody a demokracie.

Rozsvícení vánočního stromčku přináší předvánoční atmosféru s trhy, vystoupeními a tematickým programem.

Reprezentační ples UTB je formální událost s tematickým dresscodem, hudbou a doprovodným programem.

Antiples je jeho recesní alternativou plesu s neformální atmosférou a kreativními kostýmy.

Galavečer UTB oceňuje nejlepší studenty fakulty, sportovce a vítěze studentské ceny.

Majáles UTB je největší projekt SU – hudební festival s bohatým doprovodným programem.

- **Interní akce**

Studentská unie organizuje také aktivity zaměřené na posílení týmové spolupráce a osobní rozvoj členů. Pravidelně se konají teambuildingy, nebo potom darování krve, sportovní turnaje, workshopy či filmové večery. Kromě toho členové SU pořádají nepravidelné akce jako bowling, laser game, motokáry nebo návštěvy kulturních akcí, například divadel. Mezi významné interní projekty patří SUdoma, která se koná jednou za dva roky a spojuje současné i bývalé členy spolku.

V předešlé kapitole byly vyjmenovány projekty, které SU pořádá pro studenty i veřejnost, za každým projektem stojí tým členů Studentské unie složený z následujících sekcí: propagace, produkce, fundraising a sekce art. Každý projekt SU stojí na práci konkrétních týmů, které po úspěšné realizaci získávají finanční odměnu pro závěrečný teambuilding.