

Praktická část závěrečné práce

Mgr. Dagmar Halová

Obsah

- Metody výzkumu
- Způsob vyhodnocení a prezentace dat

Metody



Kvalitativní

Rozhovory

Focus group



Kvantitativní

Dotazníky

Polostrukturované rozhovory

Předem připravená sada otázek

Otevřenost diskusi, ne mluvený dotazník

Analýza přepisu (nejjednodušší je tematická analýza)

Tipy

- Připravte si scénář rozhovoru
- Slibte anonymitu
- Nahrávejte alespoň na dvě zařízení
- Na úvod nahrávky si vyžádejte ústní souhlas s nahráváním
- Přepis lze provést pomocí softwaru (např. diktafon v MS Word)
- Nevadí, když se rozhovor nepovede, ale mějte v záloze další respondenty
- Požádejte respondenta o možnost ho kontaktovat s dodatečnými otázkami

Focus group

Předem připravená sada otázek

Otevřenost diskusi, ne mluvený dotazník

Analýza přepisu (nejjednodušší je tematická analýza)

Tipy

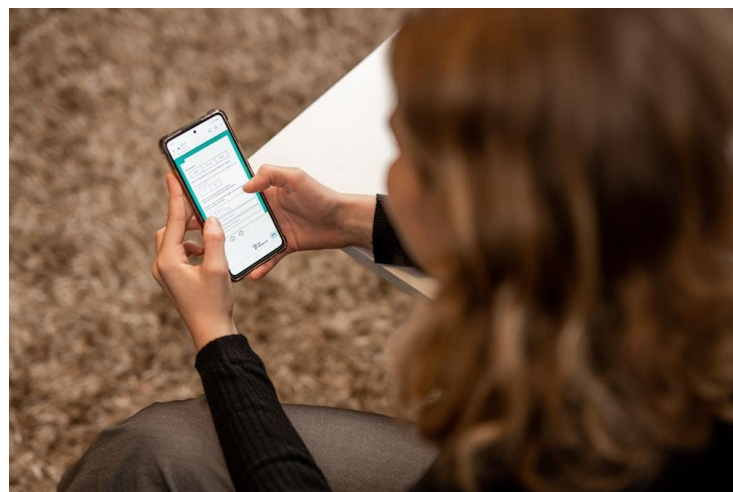
- Totéž, co pro rozhovory
- Umožněte respondentům přípravu
- Vytvořte bezpečné prostředí
- Požádejte je, ať se před svou výpovědí do nahrávky představí přezdívkou
- Dohlédněte na spravedlivý prostor pro výpovědi respondentů

Dotazníky

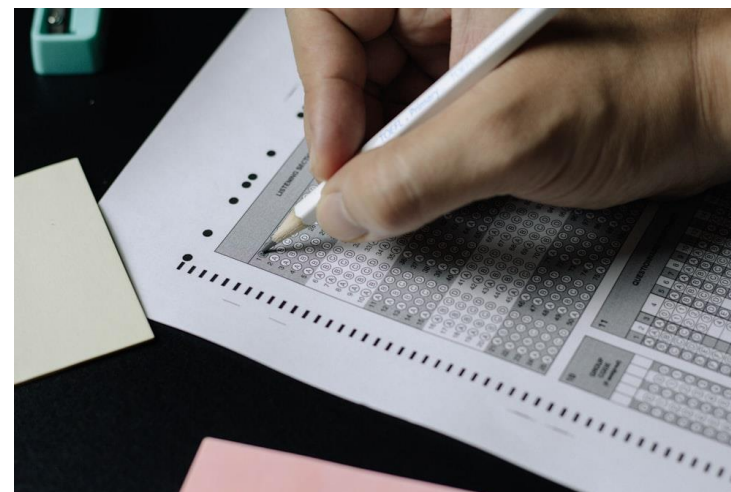


Forma dotazníku

Online



Papír

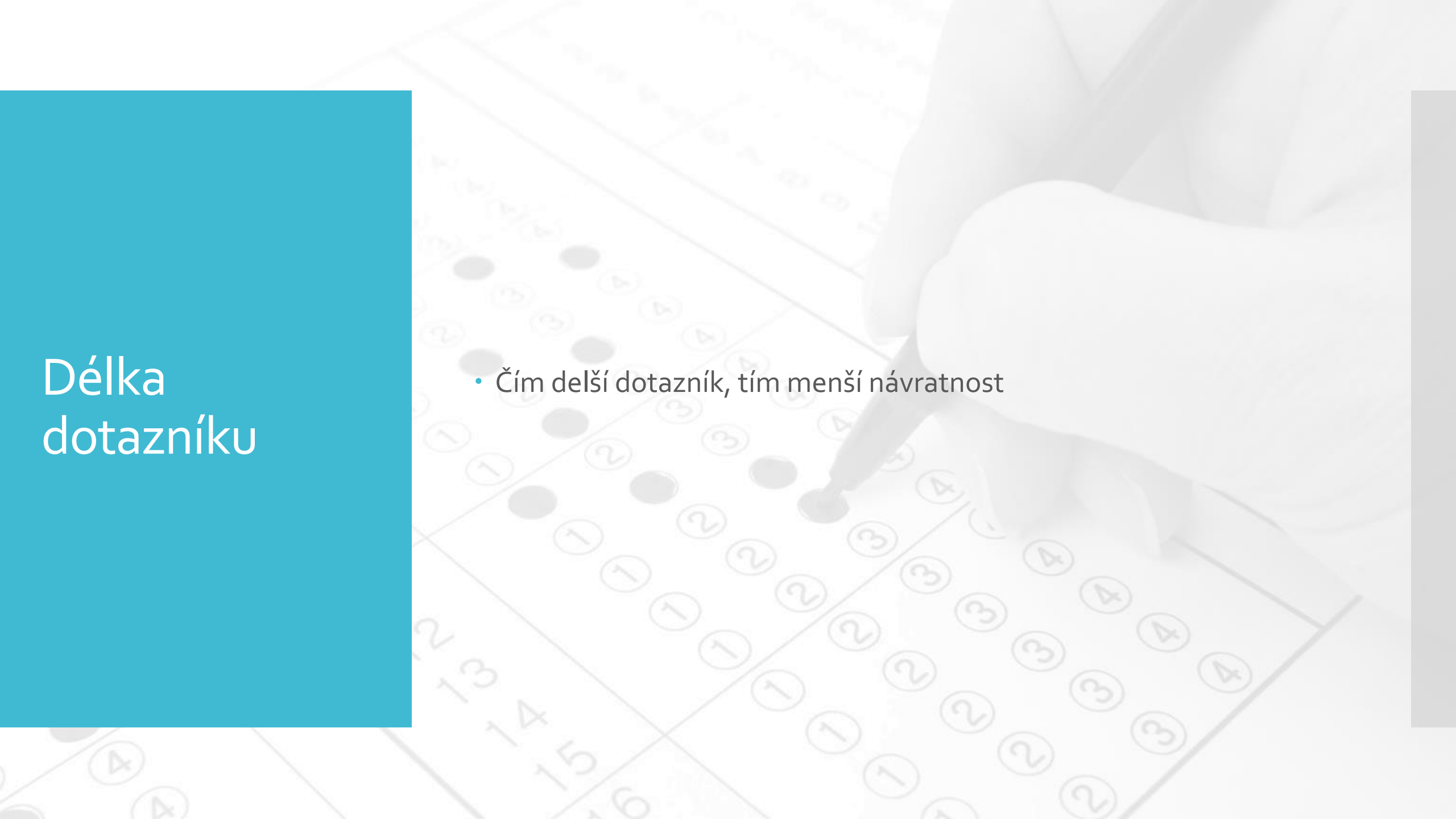


Úvod dotazníku

- Kdo jsem
- Co zkoumám
- Proč to zkoumám
- Motivace respondentů, proč by to měli vyplnit
- Slib anonymity
- Jak dlouho potrvá dotazník vyplnit (nekecat)
- *Pokyny*
- Kontakt na mě
- **Maximálně jeden až dva odstavce**

Délka dotazníku

- Čím delší dotazník, tím menší návratnost



Demografické otázky

Na začátku nebo na konci?

Pohlaví

- Muž, žena, jiné, nechci uvést

Věk

- Otevřené pole vs. škály

Bydliště

- Otevřené pole vs. seznam

Vzdělání

- Úroveň, obor,...

Typy otázek

Otevřené otázky

Uzavřené otázky

- Jednoduchá volba
- Volba více možností
- Škály (body 1 – 5)

Likertova škála

- (zcela nesouhlasím – spíše nesouhlasím – spíše souhlasím – zcela souhlasím)
 - Lichý nebo sudý počet možností?

Povinné vs. dobrovolné odpovědi

5. Označte minimálně jednoho Vašeho nejoblíbenějšího prodejce kosmetiky a parfémů, ve kterém nakupujete.

(lze označit jednu nebo dvě odpovědi)

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 2 možnosti.

- Notino
- Douglas
- Sephora
- Marionnaud
- FAnn Parfumerie
- El Nino Parfum
- Eparfem
- Parfemy.cz

povinná otázka

6. Na škále, prosím vyjádřete Vaše vnímání jednotlivých atributů loga značky Notina.

(zakroužkujte na stupnici číslo podle toho, ke kterému slovu z dvojice se více přikláníte)



Zvolte prosím na škále, ke kterému z výroků se více kloníte:

jednoduché	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	složitě
amatérské	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	profesionální
nevhodné barvy	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	vhodné barvy
tradiční	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	moderní
nevhodné	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	výstižné
běžné logo	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	unikátní logo
dobře zapamatovatelné	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	špatně pamatovatelné
pečlivě zpracované	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	nedbale zpracované

rušivé	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	harmonické
pozitivní	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	negativní
smutné	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	veselé

povinná otázka

9. Kdo je podle Vás roztroušenou sklerózou ohrožen více?

- ženy
- muži

povinná otázka

10. Kdy nejčastěji se podle Vás onemocnění projevuje?

- od narození
- mezi 20. – 40 rokem
- u osob starších 60 let

povinná otázka

14. Je podle Vás onemocnění nakažlivé?

- ano
- ne
- nevím

povinná otázka

15. Je podle Vás onemocnění léčitelné?

- ano, lze se zcela uzdravit
- ne, onemocnění je nevléčitelné, potlačují se pouze příznaky
- nevím

3. jaké prvky chytré domácnosti používáte?

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 10 možností.

- Žárovky
- termostat
- zámky
- kamery
- zvukové systémy (reproduktory)
- rolety a žaluzie
- zavlažovací systémy
- spotřebiče (pračka, lednička atd.)
- nevyžívám
- Vlastní odpověď:

4. Zaslechli jste o některém z těchto prvků chytré domácnosti?

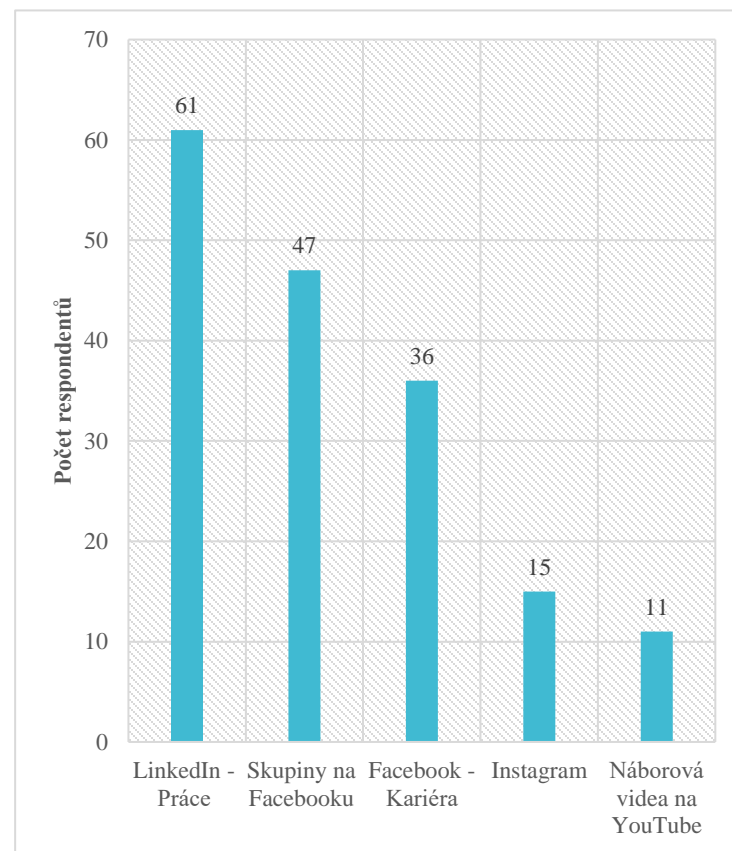
Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 10 možností.

- Žárovky
- termostat
- zámky
- kamery
- zvukové systémy (reproduktory)
- rolety a žaluzie
- zavlažovací systémy
- spotřebiče (pračka, lednička atd.)
- nevyžívám
- Vlastní odpověď:

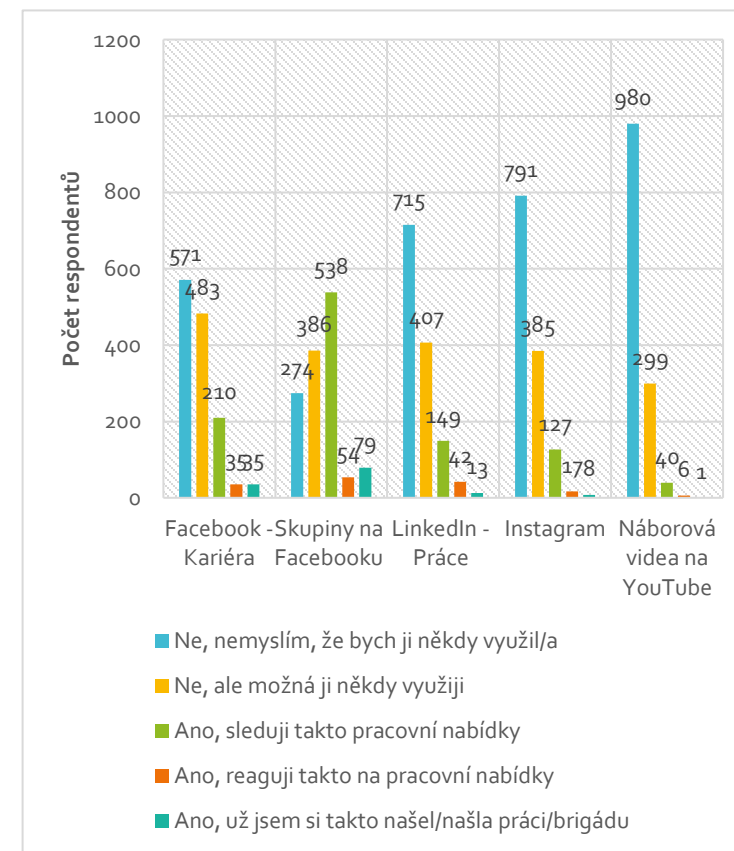
Výsledky výzkumu

- Popsat podstatná zjištění a interpretovat je
- Grafy, tabulky, schémata
 - Rozhodující je přehlednost
 - Jednotné zpracování (např. osa x a y)

Graf 42 Využívání náborových nástrojů na sociálních sítích generací Z. Zdroj: Autorka



Graf 42 Využívání náborových nástrojů na sociálních sítích generací Z. Zdroj: Autorka



Tabulka 2 Struktura výzkumných metod v člancích zahrnutých do rešerše literatury. Zdroj:

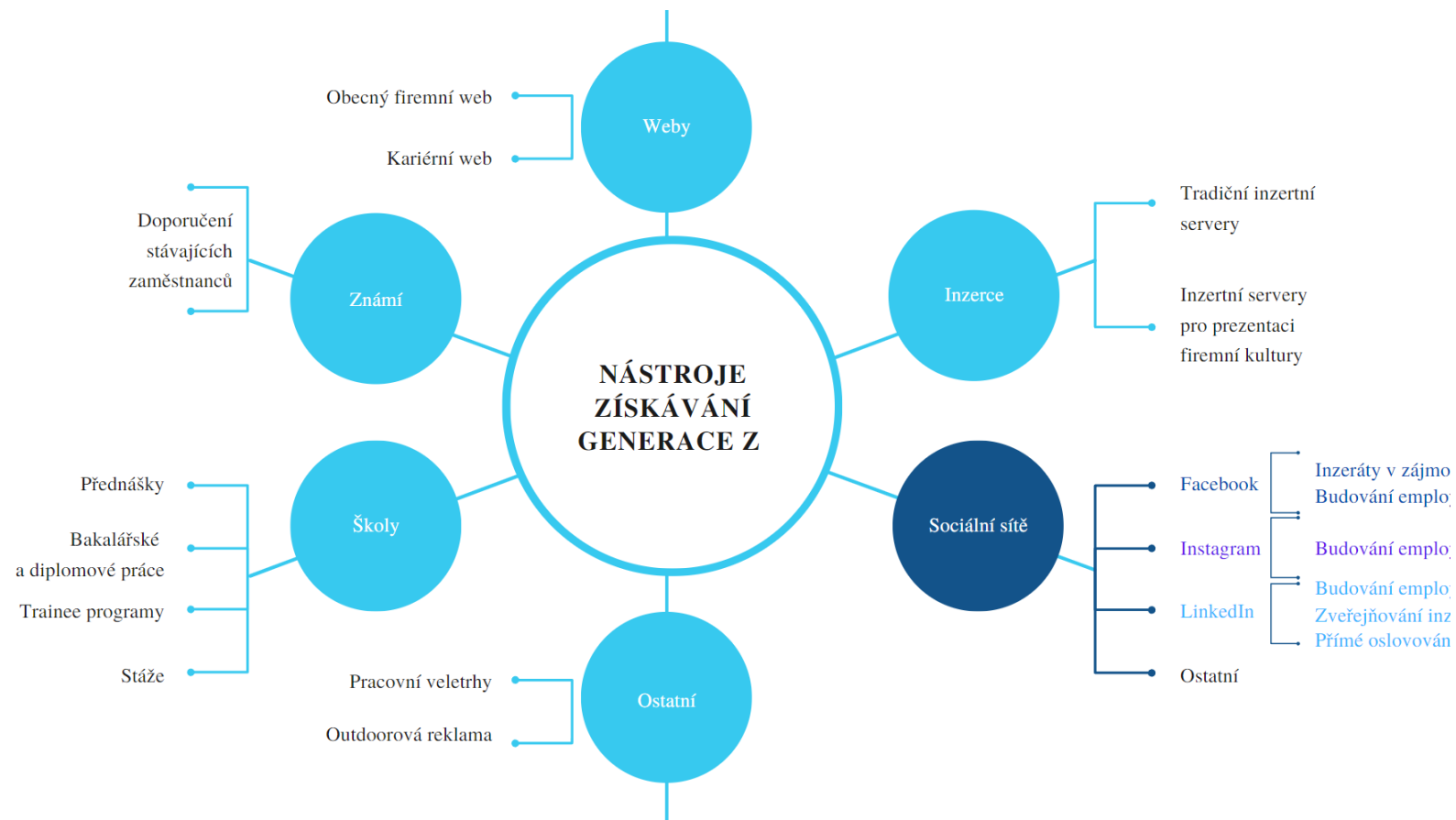
Autorka

Pozn.: Hodnoty v tabulce nelze sčítat, jelikož některé články kombinují více metod výzkumu.

Metoda výzkumu		Počet článků v rešerši literatury užívajících danou metodu výzkumu	Počet respondentů zahrnutých do dané metody výzkumu	
			Celkem	Průměr
Literature review		14	x	x
Kvalitativní metody	Ostatní	8	503	63
	Analýza textu psaného respondenty	5	543	109
	Experiment	5	435	87
	Ohniskové skupiny	8	575	72
	Rozhovory	19	2 151	113
	Pozorování	3	97	32
	Veřejně dostupná data	4	x	x
	Dotazníky s otevřenými otázkami	2	118	59
Dotazníky		57	38 447	675

Schéma 11 Nástroje získávání generace Z. Zdroj: Autorka

Tip: Canva



Diskuse

- Shrnout, co jsme zjistili a vyjádřit náš názor na to
- Popsat přínos do praxe – např. doporučení pro firmu
 - Vždy je co zlepšovat
- Mějte svá doporučení podložená

Závěr

- O čem práce byla
- Co byly cíle a jak byly naplněny
- Jaké byly limity výzkumu (vždycky jsou nějaké)

Dotazy?

Děkuji za pozornost