

Vyhodnocení dotazníku spokojenosti s konferencí Barcamp Brno 2011

Tvorba dotazníku a vyhodnocení dat:

Magdaléna Katolická

magdalena@marketingovevyzkumy.cz

www.marketingovevyzkumy.cz

Obsah

1. ÚVOD	3
2. CHARAKTER VÝZKUMU	3
2.1 Dotazník.....	3
2.2 Cílová skupina dotazníku.....	3
3. VÝSLEDKY VÝZKUMU	4
3.1 Počet a struktura respondentů.....	4
3.2 Vyhodnocení dílčích otázek.....	7
3.2.1 Účast na konferenci.....	7
3.2.2 Účast na jiné konferenci barcamp	7
3.2.3 Jak se dozvěděli o konferenci	8
3.2.4 Spokojenost s průběhem konference	9
3.2.5 Očekávání od konference	12
3.2.6 Reakce příznivců konference na omezení počtu účastníků	15
3.2.7 Barcamp Brno 2012	16
3.2.8 Připomínky a komentáře	19
3.3 Testování hypotéz	19
4. SOUHRN A ZÁVĚR.....	20

1. ÚVOD

Dotazník byl vytvořen za účelem získání zpětné reakce příznivců konference Barcamp Brno na tuto konferenci, a to ať zpětné reakce od přímých účastníků konference, tak zpětné reakce těch, kteří se konference nemohli zúčastnit.

2. CHARAKTER VÝZKUMU

Sběr dat byl proveden v elektronické podobě pomocí nástroje Ana Survey, produktu společnost GBIT, který umožňuje připravit dotazník s různými typy otázek. O vyplnění dotazníku byli respondenti požádáni organizátory na konferenci a následně pak e-mailem po skončení akce.

Vybrané výsledky bylo možné zobecnit na všechny účastníky konference či příznivce konference Barcamp Brno (účastníci konference a zájemci o účast na ní), a to s ohledem na celkový počet sebraných dat a velikost základních souborů (počet účastníků konference a počet všech osob, které projeví zájem o účast na konferenci).

2.1 Dotazník

Dotazníkové šetření bylo provedeno v termínu od 15. 10. 2011 (den konání konference) do 25. 10. 2011.

Dotazník se skládal z 9 zjišťovacích otázek, týkajících se konference, prostoru pro připomínky, 3 otázek partnerů akce a 6 identifikačních otázek.

Celkem bylo sebráno 273 odpovědí ke dni ukončení sběru dat, po jejich první kontrole a analýze bylo vyřazeno 27 formulářů.

2.2 Cílová skupina dotazníku

Cílovou skupinou pro dotazník byli účastníci konference Barcamp Brno 2011 (celkem 450 zúčastněných) a zájemci o účast na ní, kteří se z důvodu omezení kapacity za účelem zajištění hladkého průběhu akce a její kvality či z jiných důvodů nemohli konference zúčastnit (celkem 450).

Vyhodnocení byly podrobeny odpovědi od celkem 246 respondentů.

3. VÝSLEDKY VÝZKUMU

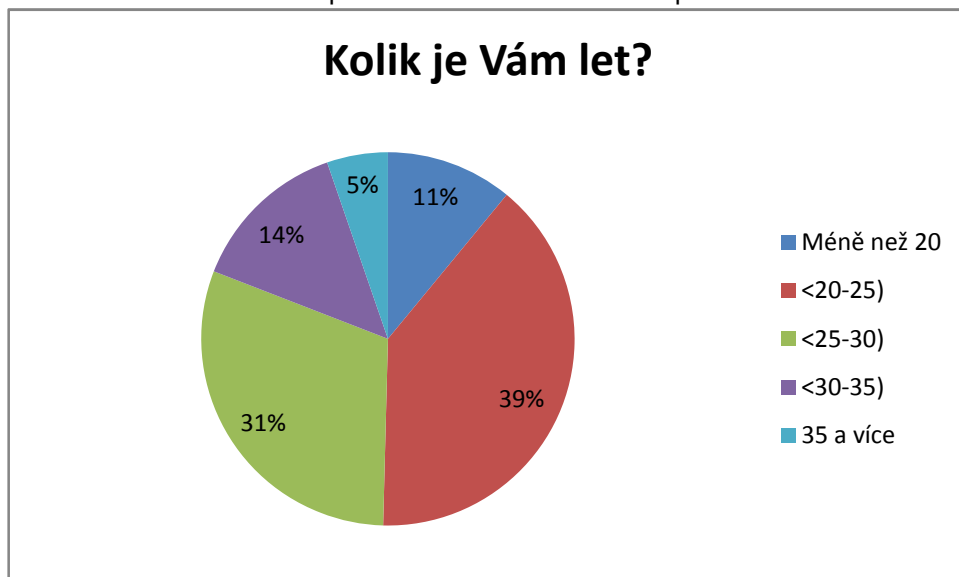
V rámci výzkumu byly vyhodnoceny dílčí otázky, závislosti mezi vybranými proměnnými, identifikační otázky, díky kterým bylo možné určit strukturu respondentů a příznivců konference Barcamp Brno, a bylo provedeno zobecnění vybraných proměnných na všechny účastníky konference či všechny příznivce konference Barcamp Brno.

3.1 Počet a struktura respondentů

Zpracovány byly odpovědi od 246 respondentů – 223 mužů a 23 žen.

Průměrný věk respondentů byl 25 let, modální hodnota a tedy typický věk příznivců konference pak 23 let. Nejmladšímu respondentovi bylo 16 let, nejstaršímu 54. Více o věkové struktuře příznivců konference Barcamp Brno přibližuje graf č. 1 níže.

Graf č. 1: Věková struktura příznivců konference Barcamp Brno



Nejčastěji mají příznivci konference středoškolské vzdělání s maturitou (42 %), dále pak vysokoškolské s titulem Bc. (24 %) a vysokoškolské s titulem Ing. nebo Mgr. (23 %), viz graf č. 2. Bylo zjištěno, že 50 % respondentů se středoškolským vzděláním s maturitou pokračuje v dalším studiu, 1 % z nich je jinak ekonomicky neaktivní (na mateřské dovolené, v invalidním důchodě, nezaměstnaní apod.), zbylých 49 % je ekonomicky aktivních (29 % OSVČ, 20 % zaměstnanci v pracovně-právním poměru).

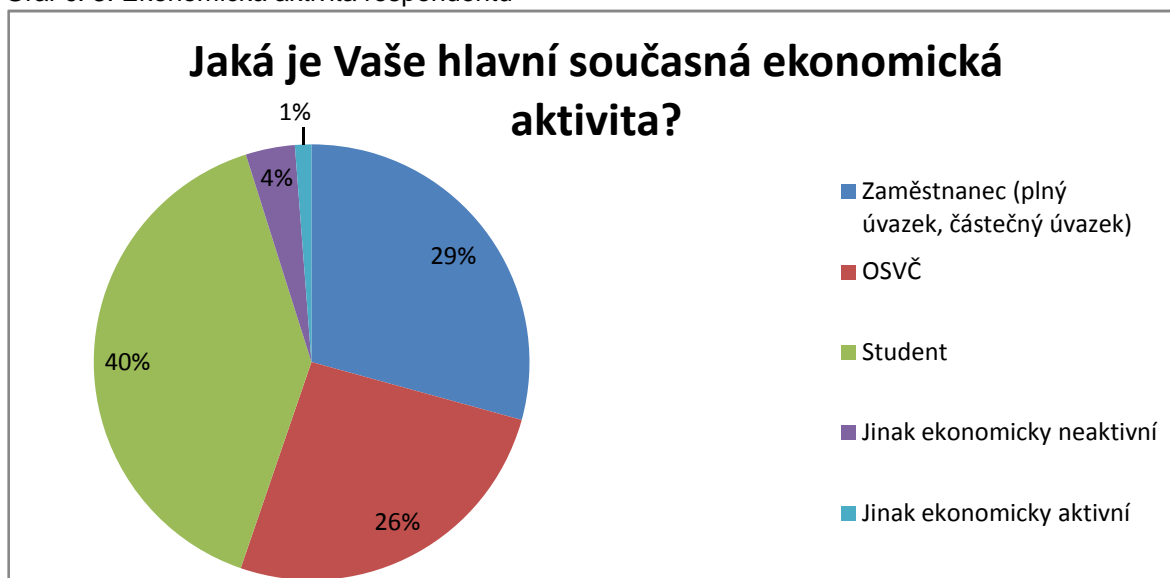
S rizikem 0,05 můžeme tvrdit, že bez ohledu na to, jak velké skupiny příznivců konference Barcamp Brno se zeptáme, bude mít středoškolské vzdělání s maturitou minimálně 35,8 % a maximálně 48,2 % z nich.

Graf č. 2: Nejvyšší dosažené vzdělání příznivců konference Barcamp Brno



40 % respondentů jsou studenti, 56 % respondentů je ekonomicky aktivních. Více graf č. 3.

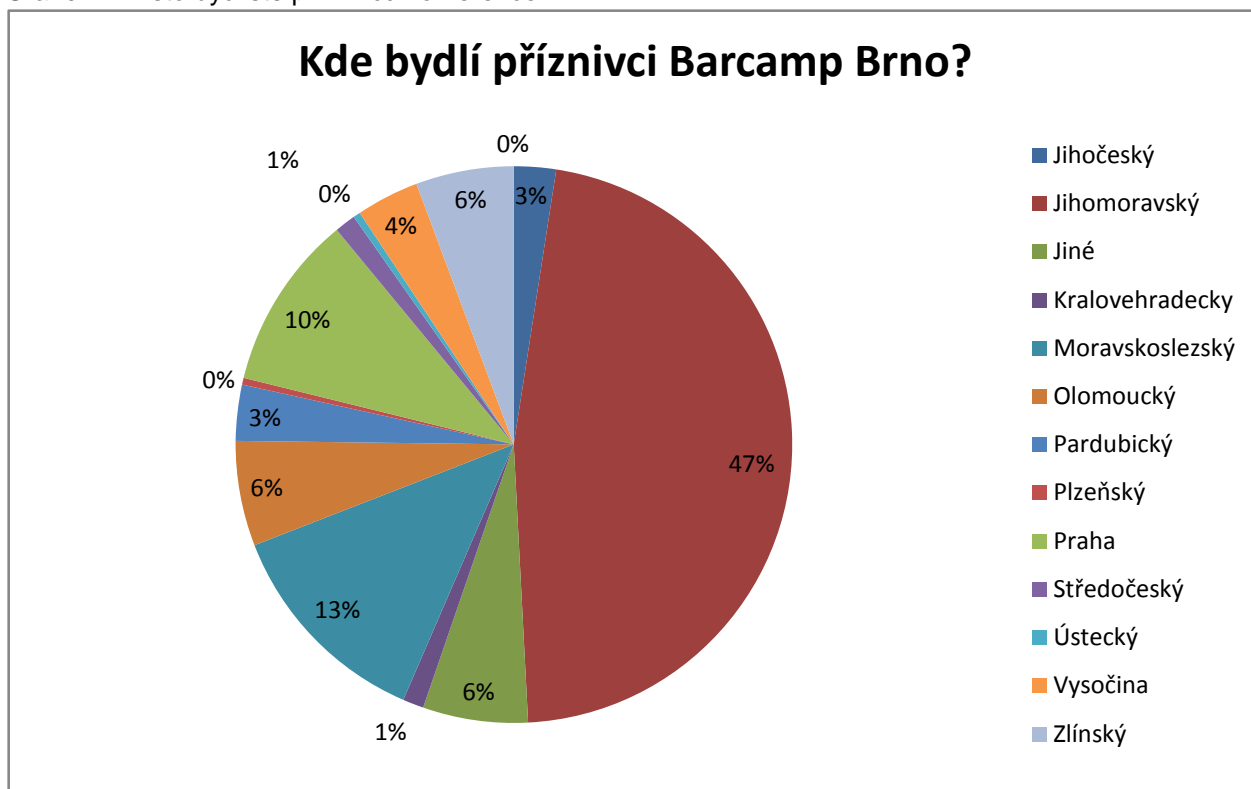
Graf č. 3: Ekonomická aktivita respondentů



S pravděpodobností 95 % lze říci, že bez ohledu na to, kolika příznivců konference se zeptáme, bude nejméně 33,9 % studentů, maximálně pak 46,1 %.

Téměř polovina příznivců konference bydlí v Jihomoravském kraji (47 %) a celých 88 % z nich se konference zúčastnilo, 13 % respondentů bydlí v Moravskoslezském kraji a konference se zúčastnilo 81 % z nich. 10 % respondentů bydlí v Praze, konference se zúčastnilo 60 % z nich. Více o místě bydliště respondentů graf č. 4.

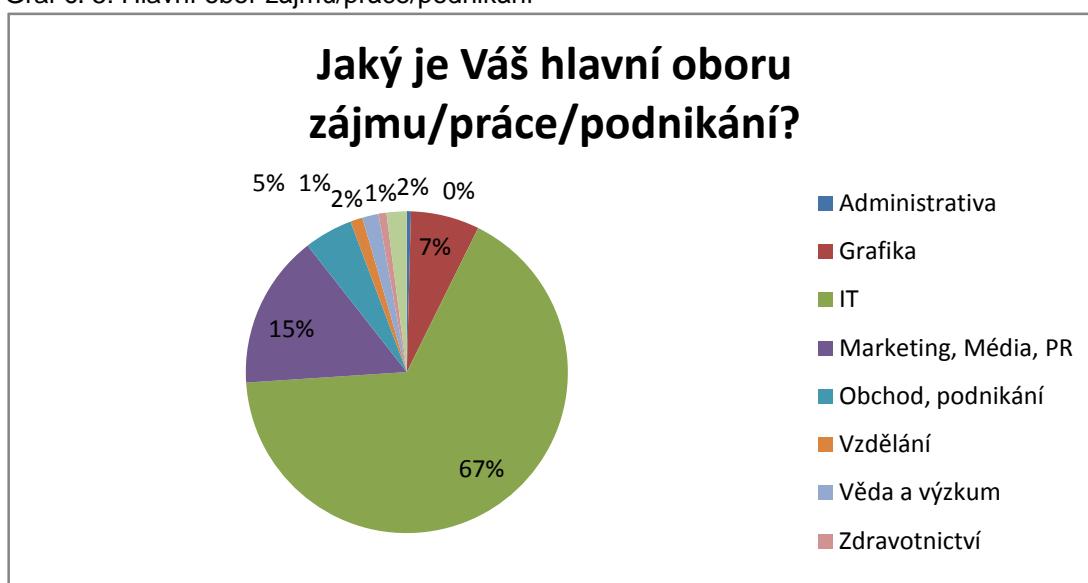
Graf č. 4: Místo bydliště příznivců konference



S rizikem 5 % bude počet příznivců konference vždy minimálně v 40,8 % z Jihomoravského kraje, maximálně pak 53,2 %.

Nejčastější obor zájmu/práce či podnikání je obor IT, který vybralo 67 % respondentů. Marketing, média a PR jsou hlavním oborem zájmu 15 % respondentů a grafika 7 %.

Graf č. 5: Hlavní obor zájmu/práce/podnikání



Obor IT bude s 95 % pravděpodobností hlavním oborem zájmu u nejméně 61,1 % příznivců konference, nejvíce pak u 72,9 % bez ohledu na to, kolika příznivců se zeptáme.

3.2 Vyhodnocení dílčích otázek

Vyhodnocení dílčích otázek o konferenci Barcamp Brno 2011 a konferenci Barcamp Brno 2012.

3.2.1 Účast na konferenci

Konference se zúčastnilo 82 % všech respondentů, kteří se zapojili do dotazníkového šetření. Nebyl zjištěn žádný výrazný rozdíl mezi strukturou účastníků konference a strukturou jejích příznivců, kteří se nemohli konference zúčastnit.

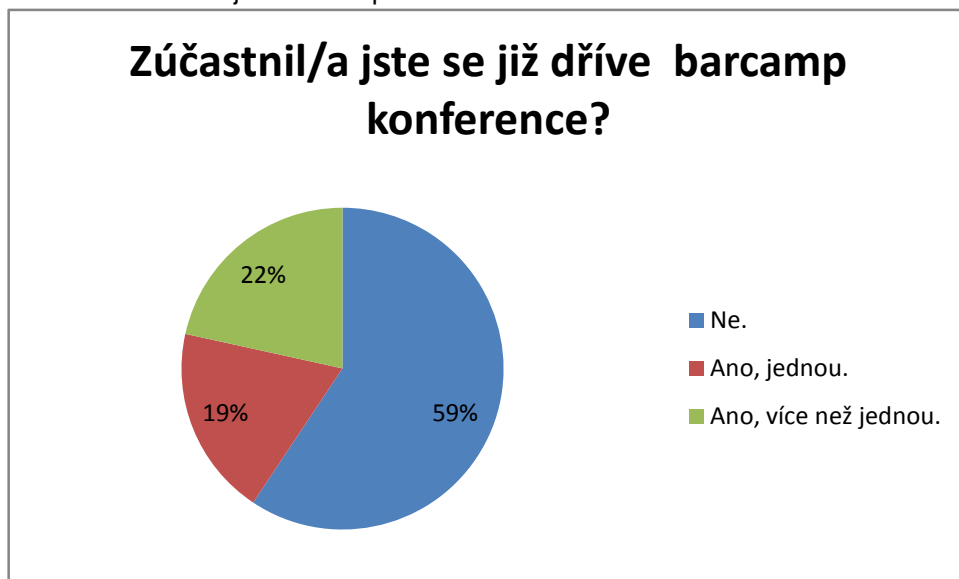
Účastníci konference stejně tak její příznivci, kteří se konference nezúčastnili, jsou nejčastěji středoškolského vzdělání s maturitou (41 % ku 49 %) a studenti (41 % ku 36 %).

Průměrný věk je v obou případech 25 let, modální hodnota věku a směrodatná odchylka od průměrného věku se však liší. V případě účastníků konference je typický věk 23 let a směrodatná odchylka 4,8 let, u příznivců konference, kteří se do výzkumu zapojili, ale konference se nezúčastnili, je typický věk 17 let a směrodatná odchylka 6,7 let.

3.2.2 Účast na jiné konferenci barcamp

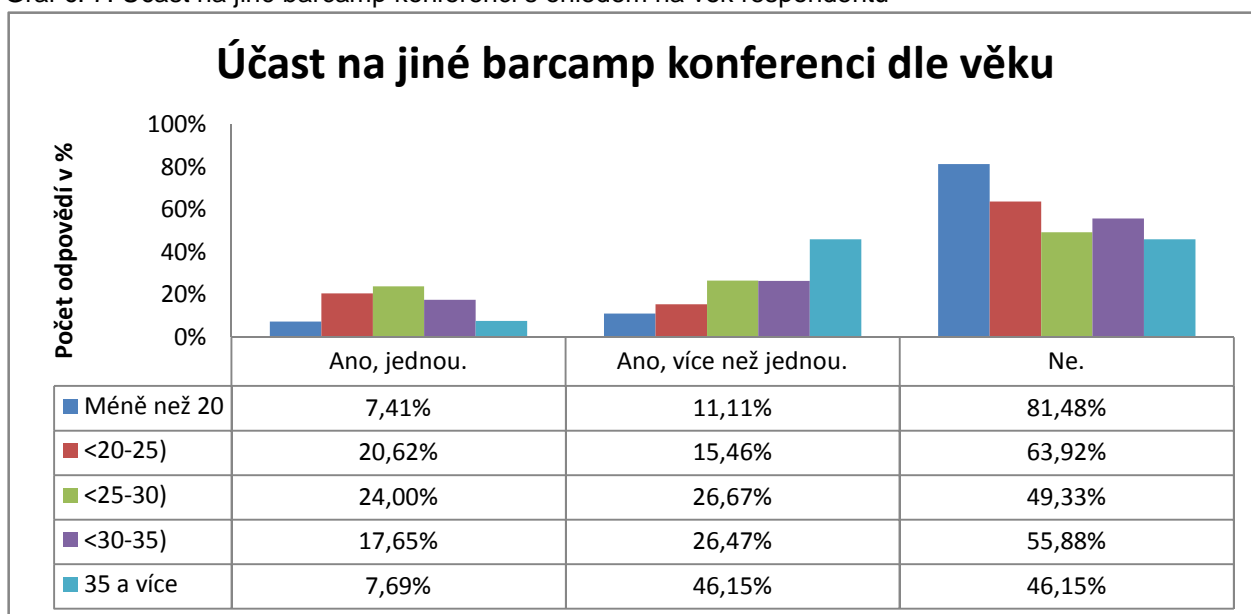
59 % respondentů se doposud neúčastnilo žádné konference typu barcamp.

Graf č. 6: Účast na jiné barcamp konferenci



Zjištěna byla mírná závislost mezi věkem respondentů a počtem jejich účastí na barcamp konferencích. Blíže dané ilustruje graf č. 7, ze kterého je možné si povšimnout, že účast na konferencích typu barcamp roste s věkem respondentů.

Graf č. 7: Účast na jiné barcamp konferenci s ohledem na věk respondentů

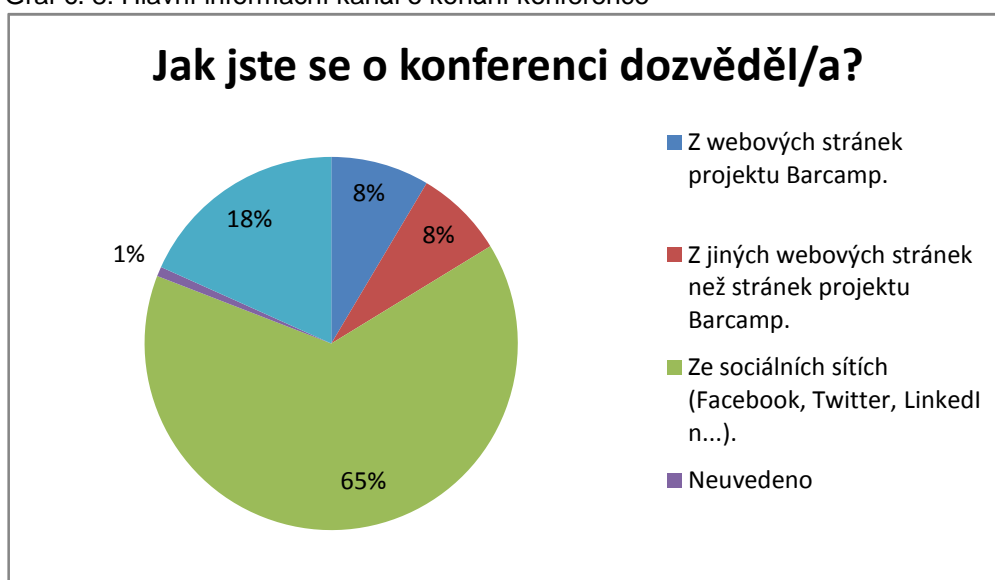


Bylo zjištěno, že závislost existuje i v souvislosti s celým souborem (všichni příznivci konference Barcamp Brno), nikoliv pouze v tomto konkrétním výběrovém souboru.

3.2.3 Jak se dozvěděli o konferenci

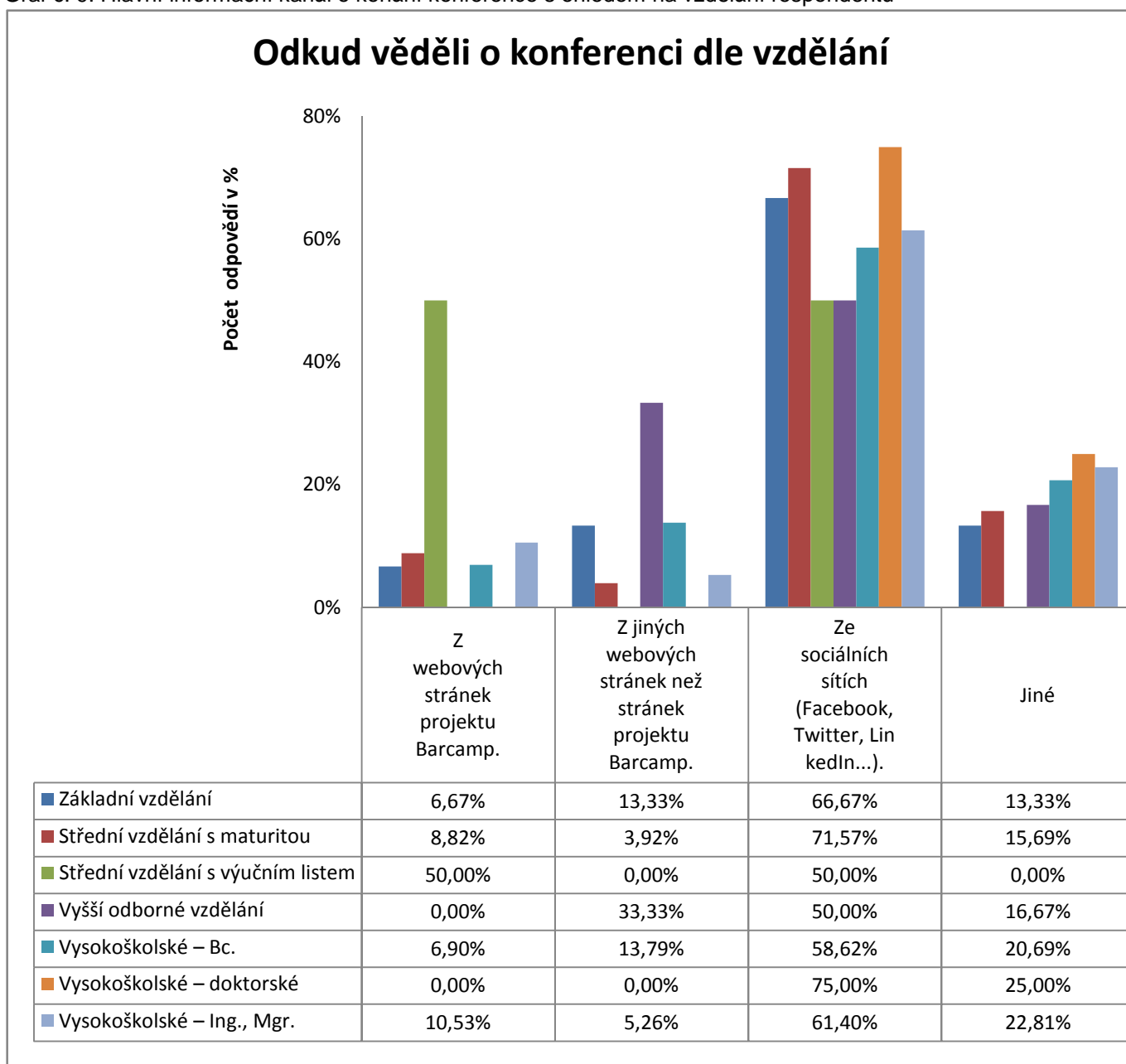
Nejčastěji se respondenti o konferenci dozvěděli ze sociálních sítí jako je Facebook, Twitter, LinkedIn apod., a to v celých 65 % (70 % OSVČ, 69 % zaměstnanců a 62 % studentů). 18 % se o konferenci dozvědělo jiným způsobem, a to zejména od známých, kamarádů či kolegů ze zaměstnání (graf č. 8).

Graf č. 8: Hlavní informační kanál o konání konference



Sociální sítě byly hlavním informačním kanálem bez ohledu na věk či vzdělání respondentů, pouze respondenti se středním vzděláním s výučním listem se o konferenci přes sociální sítě dozvěděli v 50 % a ve zbylých 50 % se o konferenci dozvěděli přímo na stránkách projektu Barcamp (graf č. 9).

Graf č. 9: Hlavní informační kanál o konání konference s ohledem na vzdělání respondentů



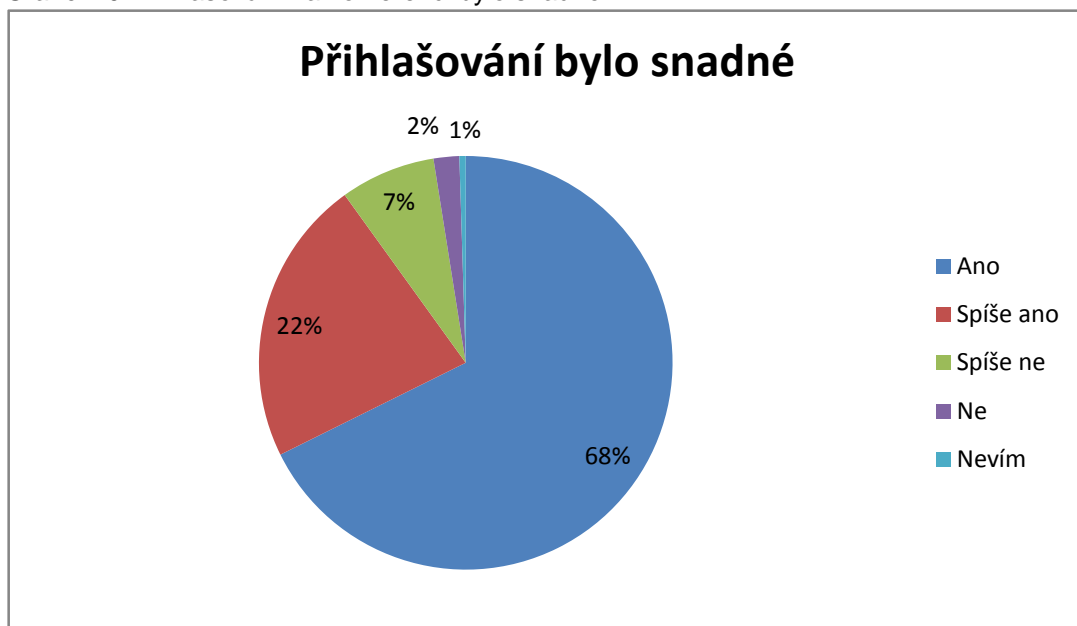
Bez ohledu na to, kolika příznivců konference Barcamp Brno se zeptáme, budou s rizikem 0,05 hlavním informačním kanálem o konání konference sociální sítě nejméně u 61,1 % respondentů, nejvíce pak u 72,9 %.

3.2.4 Spokojenost s průběhem konference

Účastníci byli s průběhem konference spokojeni.

Přihlašování na konferenci označilo jako velmi snadné 68 % účastníků konference, celých 22 % je shledalo jako spíše snadné (graf č. 10). Jako nejsnadnější hodnotili přihlašování na konferenci respondenti pracující v administrativě (ano vybralo celých 100 % z nich), jako nejméně snadné pak respondenti pracující ve vědě a výzkumu. Byla však prokázána pouze velmi slabá závislost mezi oborem zájmu/práce/podnikání a tím, jak respondenti hodnotili přihlašování na konferenci.

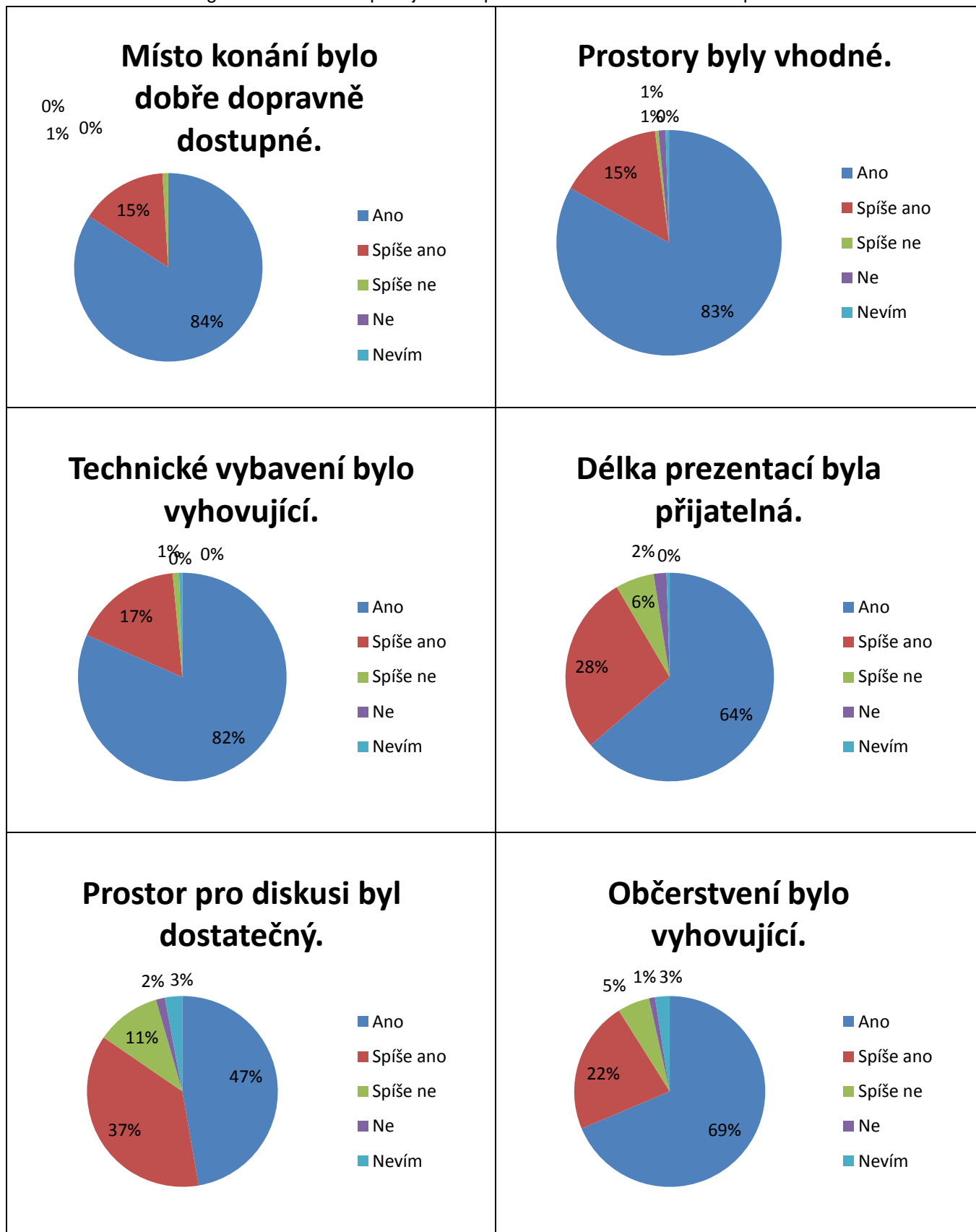
Graf č. 10: Přihlašování na konferenci bylo snadné



Bez ohledu na to kolika účastníků konference se zeptáme, bude s rizikem 0,05 počet těch, kterým připadlo přihlášení na konference snadné, nejméně 62,2 %, nejvíce pak 73,8 % z nich.

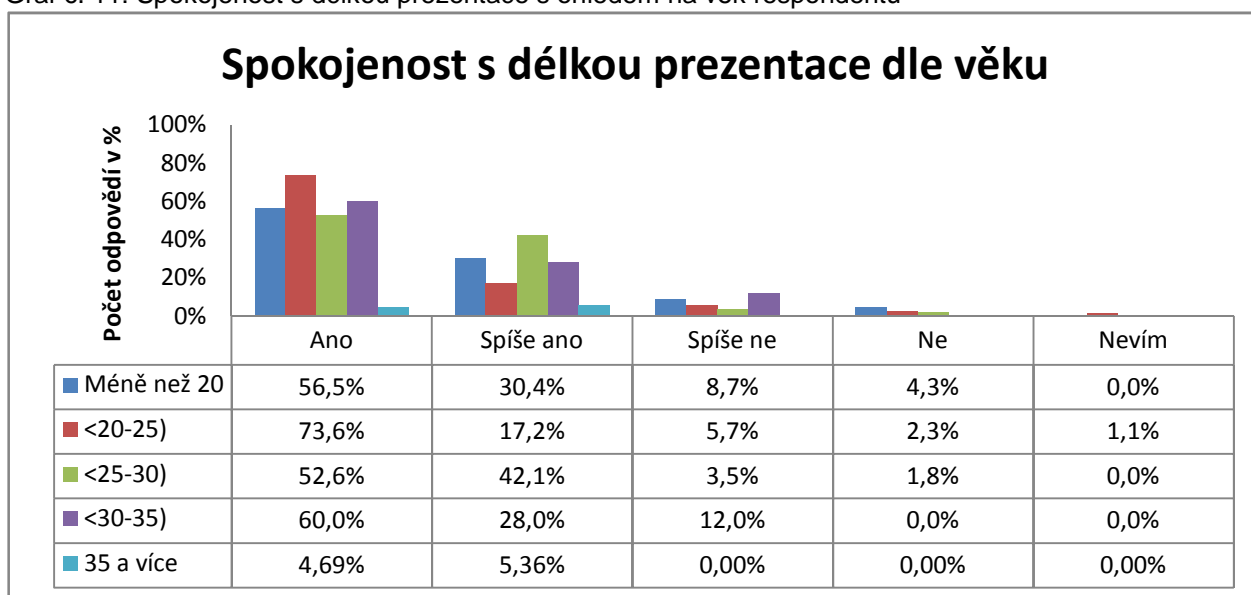
Spokojenost s dopravní dostupností místa konání, prostorami konání konference, technickým vybavením, délkou prezentace, prostorem pro diskusi a občerstvením přibližují grafy v tabulce č. 1.

Tabulka č. 1: Tabulka grafů hodnotících spokojenost s průběhem konference Barcamp Brno



Byla zjištěna mírná závislost mezi spokojeností s délkou prezentace a věkem respondentů, kdy nespokojenost s délkou prezentace vyjádřilo 13 % respondentů mladších 20 let (8,7 % mírná nespokojenost, 4,3 % nespokojenost), 8 % respondentů ve věku mezi 20 a 25 roky (5,7 % mírná nespokojenost, 2,3 % nespokojenost), 5,3 % ve věku od 25 do 30 (3,5 % mírná nespokojenost, 1,8 % nespokojenost). Mírnou nespokojenost s délkou prezentace pak vyjádřilo 12 % respondentů ve věku od 30 do 35 let (viz graf č. 11). Závislost však v souvislosti se základním souborem není statisticky významná.

Graf č. 11: Spokojenost s délkou prezentace s ohledem na věk respondentů

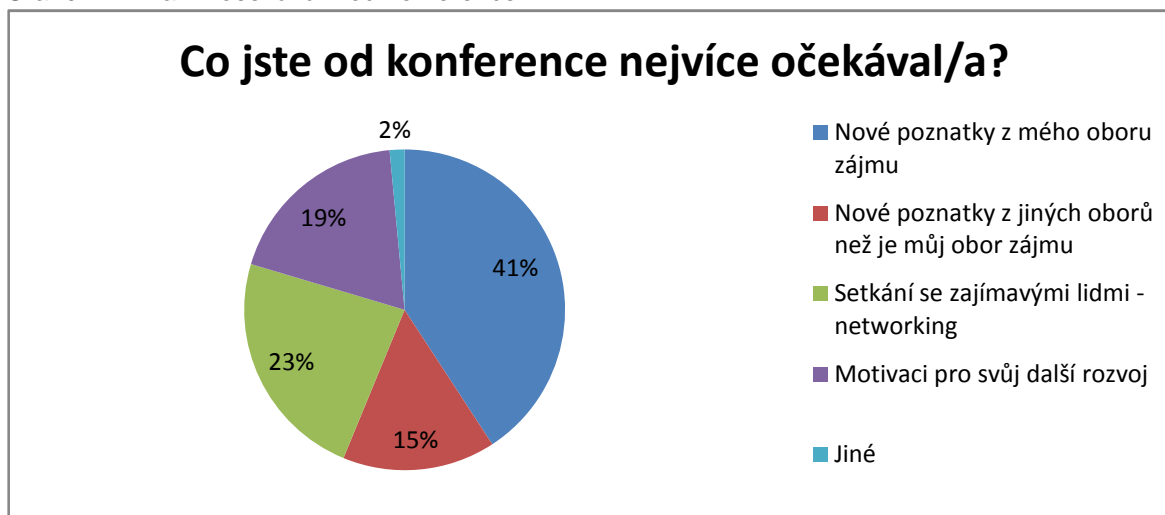


S pravděpodobností 95 % bude nejméně 58 % respondentů spokojeno s délkou prezentace, nejvíce pak 70 %, a to bez ohledu na to, kolik účastníků konference se zeptáme.

3.2.5 Očekávání od konference

Nejčastěji účastníci konference očekávali získání nových poznatků ze svého oboru zájmu (41 %), dále pak setkání se zajímavými lidmi – networking (23 %) a nové poznatky z jiných oborů než byl jejich obor zájmu (15 %), viz graf č. 12.

Graf č. 12: Hlavní očekávání od konference

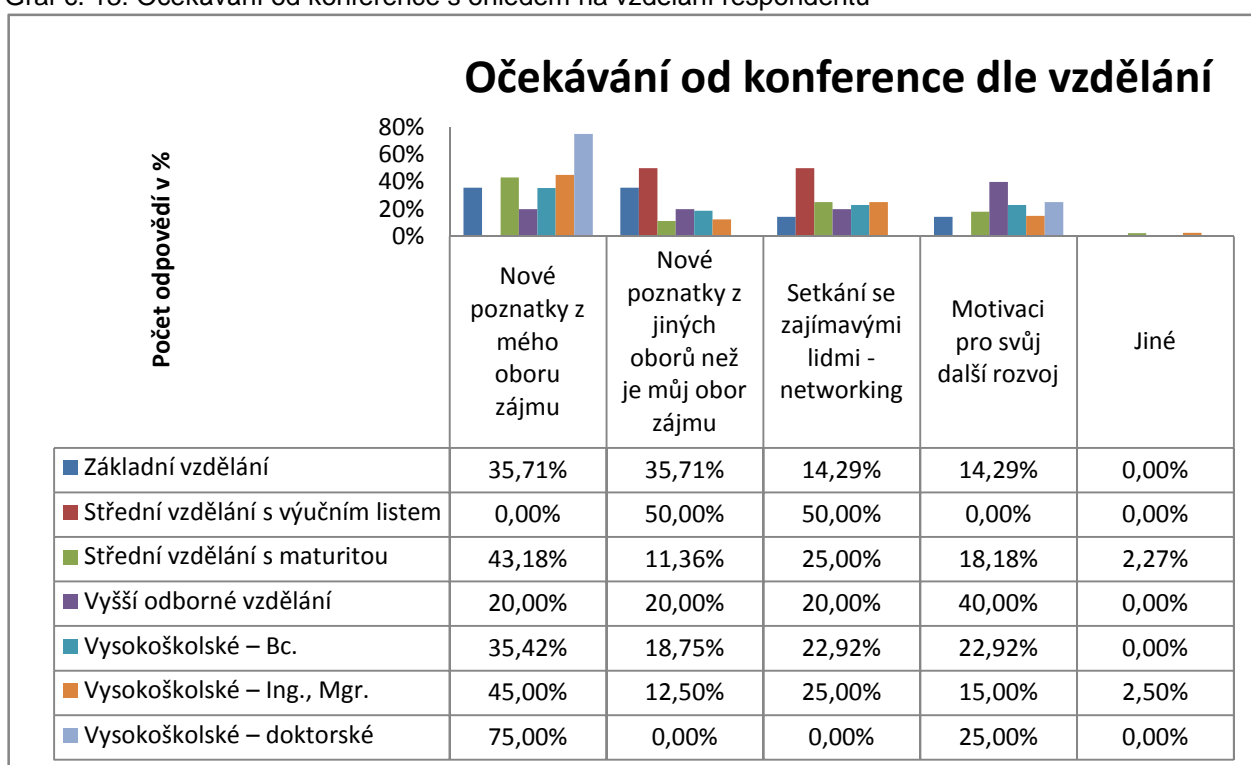


Nové poznatky v oboru zájmu byly hlavním očekáváním bez ohledu na to, jaký byl obor zájmu respondentů. Pouze respondenti, jejichž hlavním oborem zájmu je obchod/podnikání, očekávali nové poznatky v daném oboru zájmu v 25 % případech, ve stejném % případů očekávali poznatky z jiných oborů, networkingu i získání motivace pro další rozvoj.

S rizikem 0,05 bude počet těch, kteří očekávali zejména nové poznatky ze svého oboru, minimálně 34,8 %, maximálně 47,2 %, a to bez ohledu na to, kolika účastníků konference bychom se zeptali.

Nové poznatky ze svého oboru zájmu očekávali zejména vysokoškolsky vzdělaní účastníci konference (75 % z nich), vysokoškolsky vzdělaní účastníci s titulem Ing. nebo Mgr. (45 %) a středoškolsky vzdělaní účastníci s maturitou (43 %), viz graf č. 13.

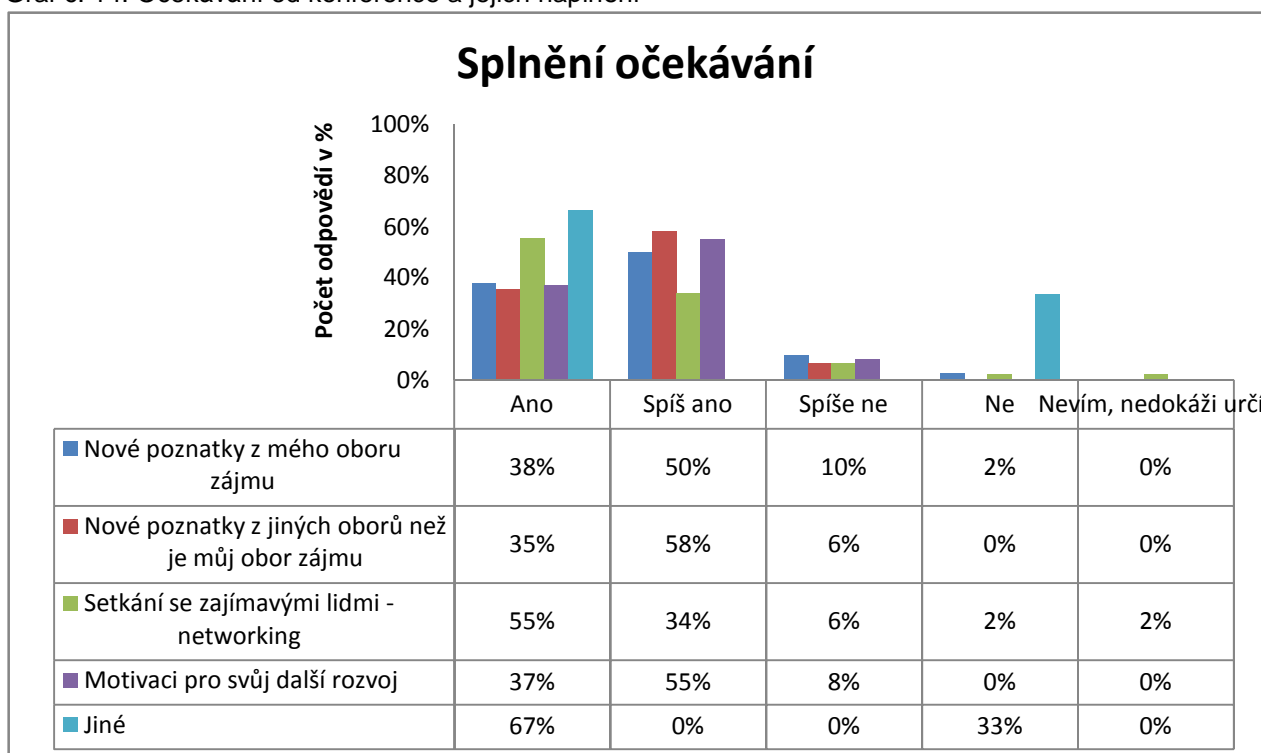
Graf č. 13: Očekávání od konference s ohledem na vzdělání respondentů



Mezi vzděláním a očekáváním od konference byla zjištěna mírná závislost. V souvislosti se základním souborem však nebyla závislost potvrzena.

Graf č. 14 ilustruje, jak byla splněna očekávání respondentů s ohledem na to, co od konference nejvíce očekávali.

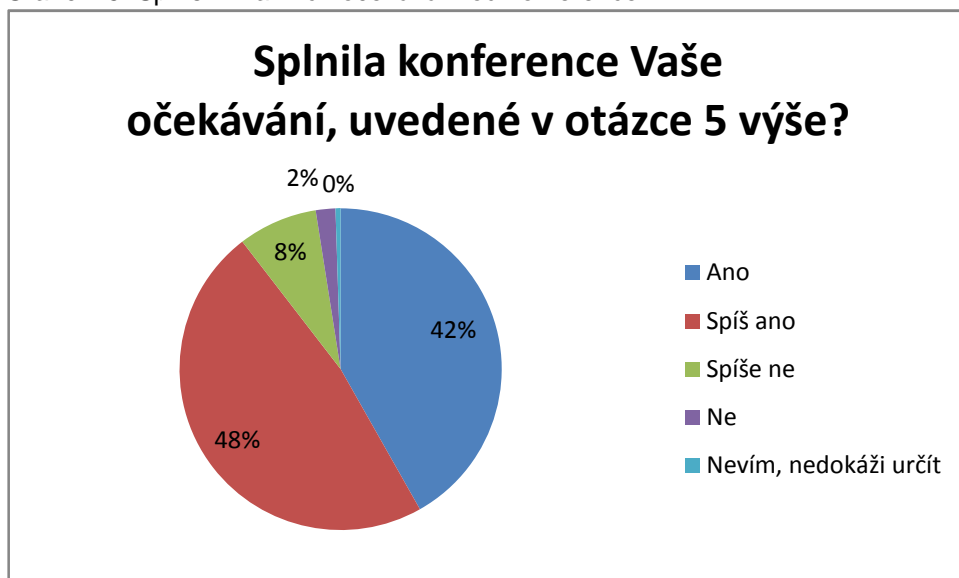
Graf č. 14: Očekávání od konference a jejich naplnění



Nejvíce spokojeni byli ti respondenti, kteří od konference očekávali něco jiného než nové poznatky ze svého oboru či z jiného oboru, networking či motivaci pro další rozvoj (celých 67 % uvedlo, že jejich očekávání byla zcela splněna). Hlavní očekávání byla v těchto případech utřídění poznatků a inspirace.

Očekávání byla zcela splněna u 42 % respondentů, kteří se zúčastnili konference, spíše ano pak u 48 %.

Graf č. 15: Splnění hlavních očekávání od konference



S pravděpodobností 95 % bude počet zcela spokojených účastníků konference nejméně 35,8 %, nejvíce 48,2 % bez ohledu na to, kolik účastníků konference bychom se zeptali.

3.2.6 Reakce příznivců konference na omezení počtu účastníků

Omezení spojená se zajištěním hladkého průběhu akce a její kvality chápalo 73 % respondentů, kteří se zapojili do výzkumu a nezúčastnili se konference. Toto omezení chápali zejména respondenti ve věku od 25 do 30 let (36,4 %).

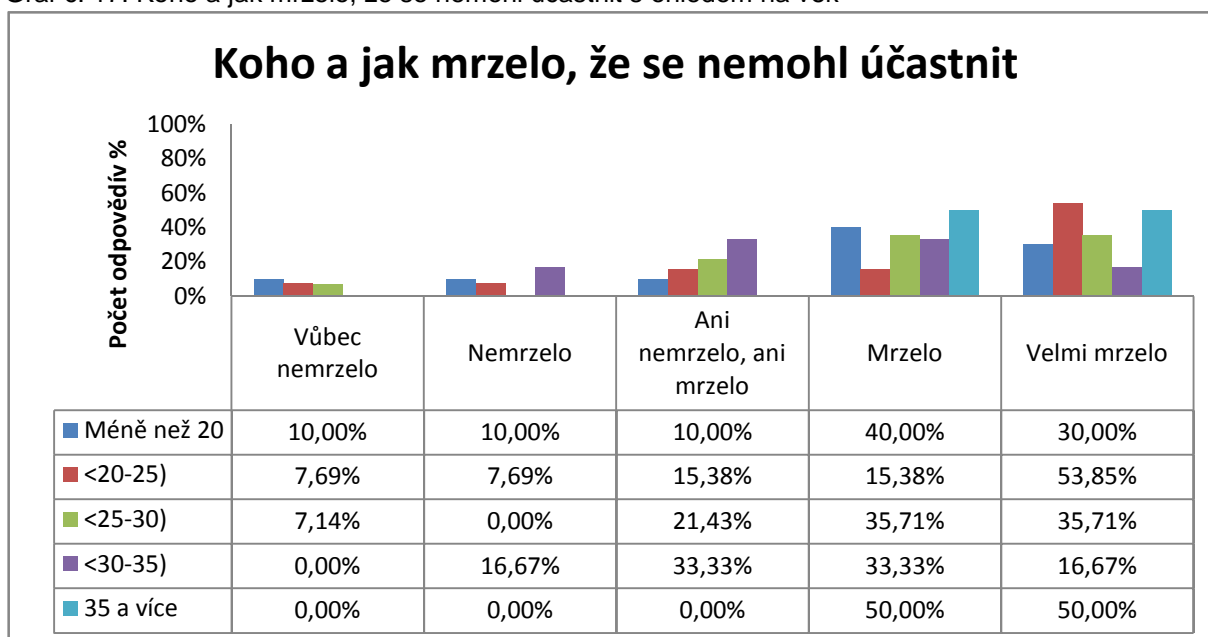
Ti, kteří s omezením nesouhlasili a nechápali jeho nutnost, byli z 50 % ve věku 20 až 25 let.

Graf č. 16: Pochopení nutnosti omezení počtu účastníků konference



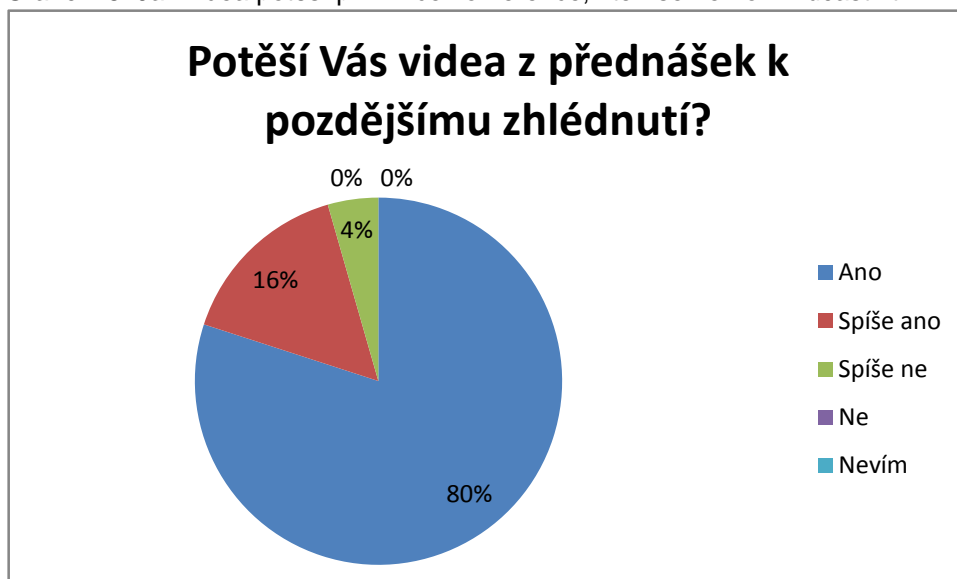
Omezení mrzelo všechny respondenty bez ohledu na vzdělání či ekonomickou aktivitu. Byla zjištěna střední závislost mezi věkem respondentů a tím, jak moc je mrzelo to, že se nemohli konference účastnit. Nejvíce mrzela tato skutečnost respondenty starší 35 let (50 % uvedlo „Velmi mrzelo“, 50 % „Mrzelo“), nejméně pak tato skutečnost mrzela respondenty mladší 20 let (10 % uvedlo „Vůbec nemrzelo“, 10 % uvedlo „Nemrzelo“). V souvislosti se základním souborem však daná závislost neexistuje.

Graf č. 17: Koho a jak mrzelo, že se nemohl účastnit s ohledem na věk



Videa k pozdějšímu zhlédnutí většinu respondentů potěší (graf č. 18), žádné výrazné změny nebyly zjištěny s ohledem na věk, ekonomickou aktivitu respondentů či jejich vzdělání.

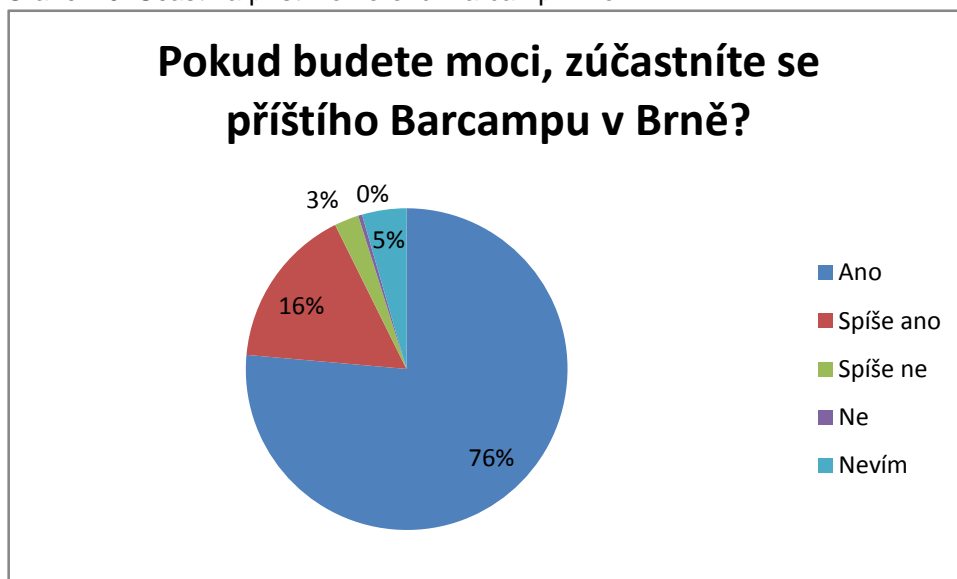
Graf č. 18: Jak videa potěší příznivce konference, kteří se nemohli zúčastnit



3.2.7 Barcamp Brno 2012

76 % všech respondentů uvedlo, že pokud budou moci, zúčastní se konference Barcamp Brno 2011. S rizikem 5 % by účast přislíbilo nejméně 70,7 %, maximálně pak 81,3 % všech respondentů bez ohledu na to, kolika příznivců konference bychom se zeptali.

Graf č. 19: Účast na příští konferenci Barcamp Brno

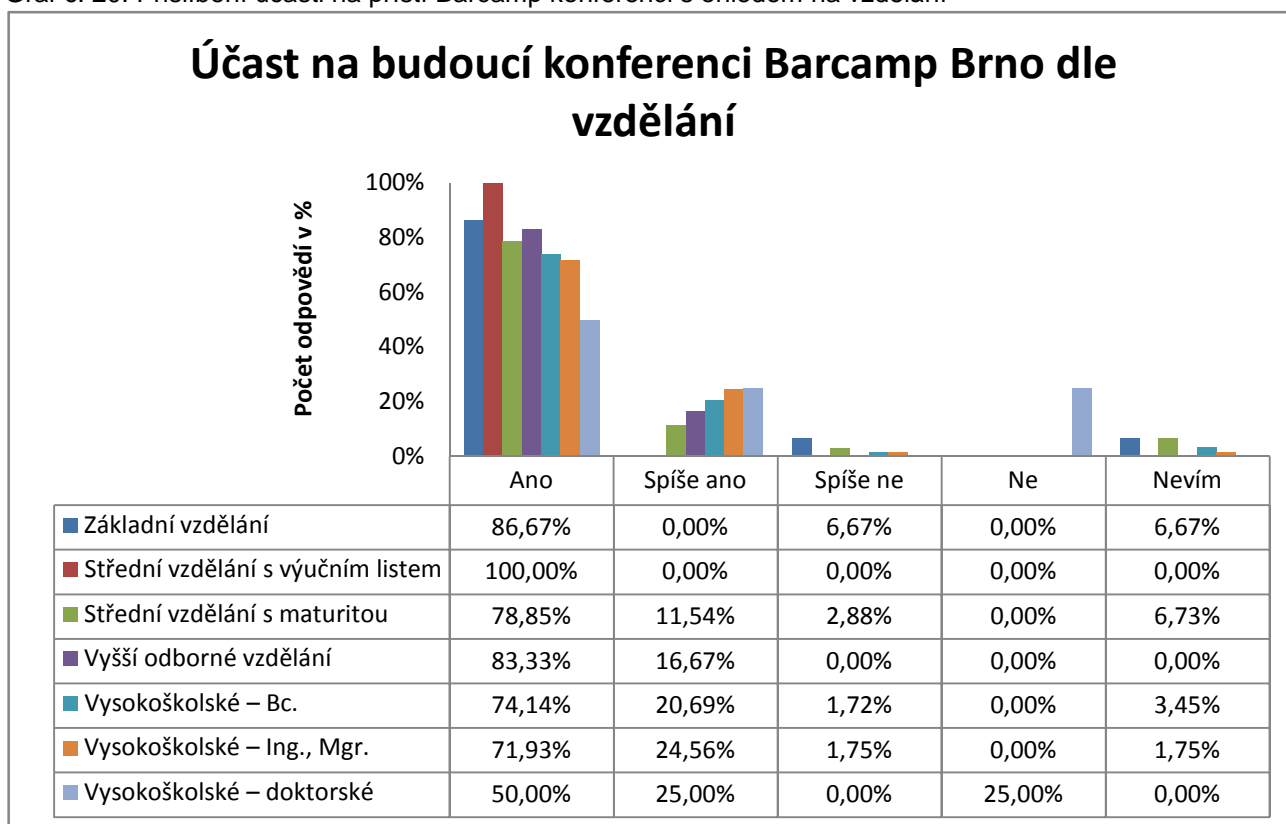


Respondenti, kteří se zúčastnili konference, přislíbili účast na příští Barcamp Brno konferenci ve větším počtu než ti, kteří se konference nezúčastnili (o 26 % více jich uvedlo, že se konference určitě zúčastní). Mezi danými proměnnými byla zjištěna mírná závislost. Závislost existuje také v souvislosti s celým základním souborem, tedy v souvislosti se všemi příznivci konference Barcamp Brno.

S účastí na příští konferenci Barcamp Brno počítají zejména příznivci se středoškolským vzděláním s výučním listem, se základním vzděláním a vyšším odborným

vzděláním. Nejméně pak s jistou účastí počítají respondenti s doktorským titulem. Více graf č. 20.

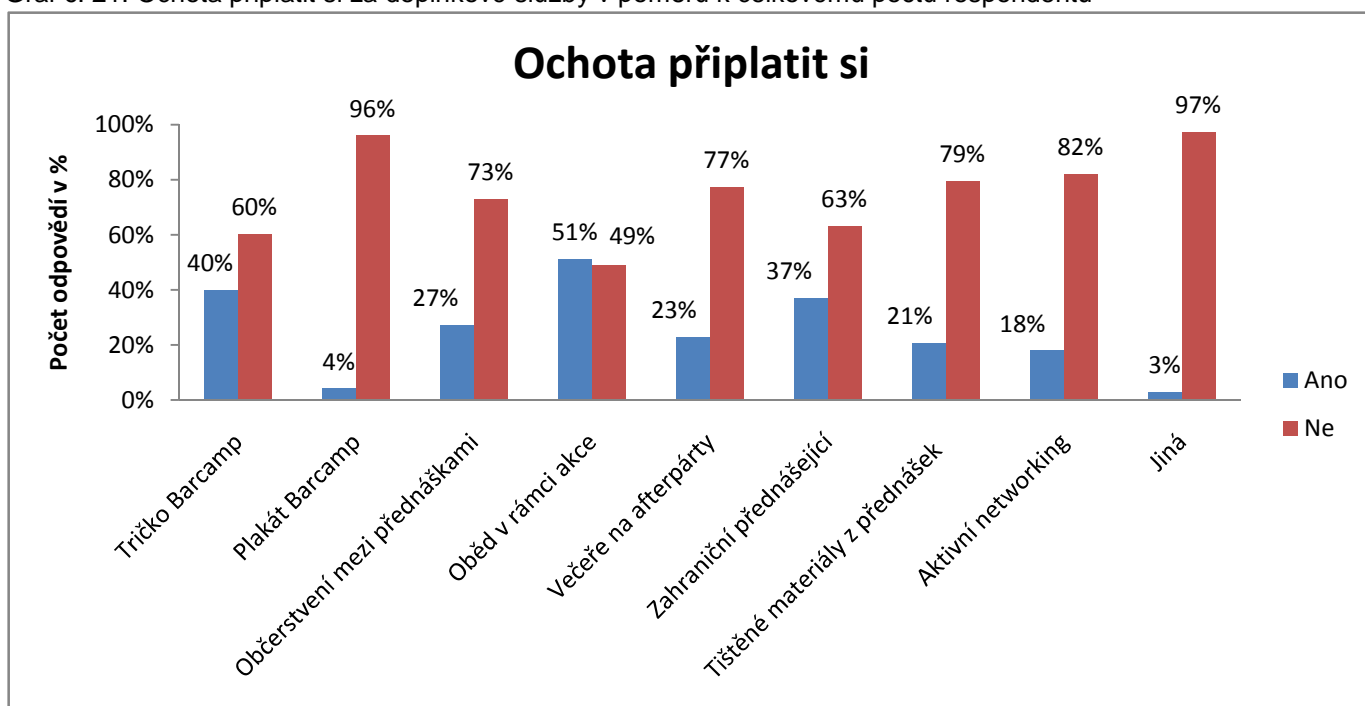
Graf č. 20: Přislíbení účasti na příští Barcamp konferenci s ohledem na vzdělání



Mezi proměnnými byla zjištěna střední závislost, která byla potvrzena i v souvislosti s celým základním souborem (všemi příznivci konference Barcamp Brno).

Nejčastěji by byli příznivci Barcamp Brno ochotni připlatit si za oběd v rámci akce (23 % z celkového počtu odpovědí a 51 % všech respondentů), tričko (18 % z celkového počtu odpovědí a 40 % všech respondentů) a zahraniční přednášející (17 % z celkového počtu odpovědí a 37 % všech respondentů). Poměr respondentů, kteří by byli ochotni si připlatit za doplňkové služby konference k celkovému počtu respondentů, ilustruje graf č. 21 níže.

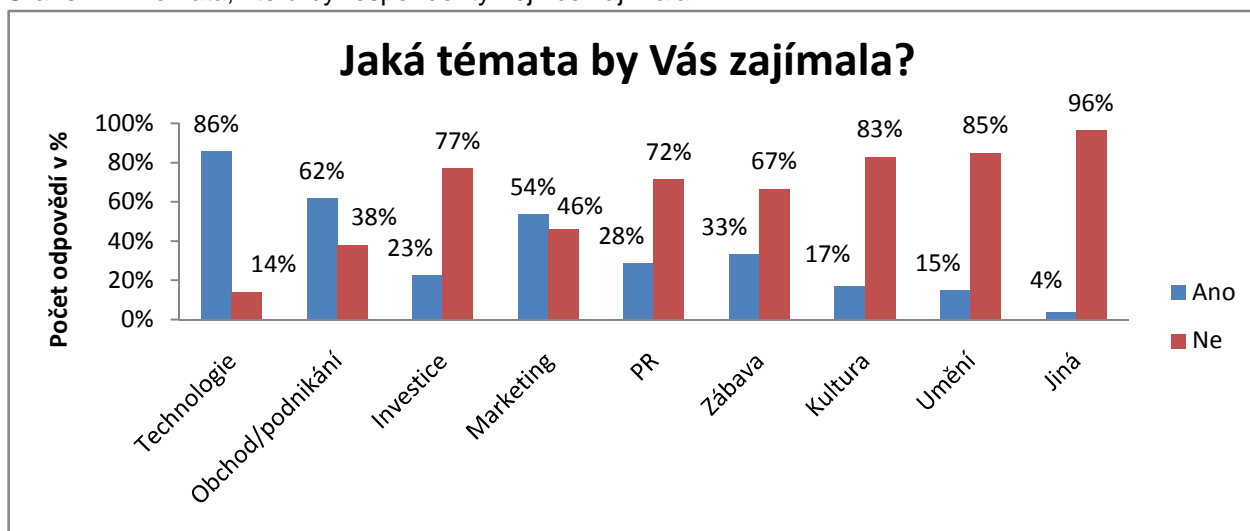
Graf č. 21: Ochota připlatit si za doplňkové služby v poměru k celkovému počtu respondentů



Z grafu je patrné, že za žádnou z doplňkových služeb kromě oběda v rámci akce (51 % respondentů) není ochotna zaplatit více jak polovina respondentů.

Hlavní témata, která by respondenty zajímala, jsou IT, obchod/podnikání a marketing. Tato témata zajímají vždy více jak polovinu všech respondentů. Více graf č. 22.

Graf č. 22: Témata, která by respondenty nejvíce zajímala



IT by jako jedno z témat, které by příznivce konference nejvíce zajímalo, bylo s pravděpodobností 95 % uvedeno minimálně 81,7 % a maximálně 90,3 % respondentů bez ohledu na to, kolika příznivců konference bychom se zeptali.

3.2.8 Připomínky a komentáře

Připomínky a komentáře se týkaly následujícího:

- Jmenovka s kontakty pro účastníky.
- Limit na počet účastníků nastavit vyšší, počítat s tím, že někdo nepřijde.
- Plánek prostor při příchodu na konferenci nebo lépe řešené značení – kde je občerstvení, přednáškové místnosti apod.
- Centrální informační místo, kde by se dalo vyzvednout například heslo na WiFi.
- Pořádné kafe.
- Delší přednášky, například kolem 1 hodiny, a možná zvážit jejich předvýběr – vyřadit ty, které nejsou kvalitní (raději 2 kvalitní než 4 nekvalitní).
- Lépe řešené přihlášení, nebylo jasné, kdo se dostal do limitu a kdo nikoliv, potvrzovací e-mail nepřišel nebo přišel den před konferencí. Na stránky přidat velké tlačítko „Registrovat“.

3.3 Testování hypotéz

- a) 60 % respondentů se již v minulosti účastnilo konference typu barcamp.
Hypotéza je zároveň nulovou hypotézou a při hladině významnosti 5 % ji zamítáme.
Výsledek testování: Počet respondentů, kteří se v minulosti účastnili konference typu barcamp je jiný než 60 %.
- b) Více jak 80 % respondentů se o konferenci dozvědělo ze sociálních sítí.
Nulová hypotéza: 80 % respondentů se o konferenci dozvědělo ze sociálních sítí.
Výsledek testování: Při hladině významnosti 5 % nezamítáme nulovou hypotézu, platí tedy, že o konferenci se dozvědělo ze sociálních sítí 80 % respondentů.
- c) Více jak 60 % návštěvníků konference očekávalo nové poznatky ze svého oboru.
Nulová hypotéza: 60 % návštěvníků konference očekávalo nové poznatky ze svého oboru.
Výsledky testování: Při hladině významnosti 5 % hypotézu zamítáme, platí tedy alternativní hypotéza, a to že více jak 60 % návštěvníků konference očekávalo nové poznatky ze svého oboru.
- d) Méně jak 50 % účastníků konference by bylo ochotno si připlatit za oběd v rámci konference.
Nulová hypotéza: 50 % účastníků konference by bylo ochotno si připlatit za oběd v rámci konference.
Výsledky testování: Při hladině významnosti 5 % hypotézu zamítáme, platí tedy alternativní hypotéza, a to že méně jak 50 % účastníků konference by bylo ochotno si připlatit za oběd v rámci konference.
- e) Více jak 60 % návštěvníků konference očekávalo nové poznatky ze svého oboru.
Nulová hypotéza: 60 % návštěvníků konference očekávalo nové poznatky ze svého oboru.
Výsledky testování: Při hladině významnosti 5 % hypotézu zamítáme, platí tedy alternativní hypotéza, a to že více jak 60 % návštěvníků konference očekávalo zejména nové poznatky ze svého oboru.

4. SOUHRN A ZÁVĚR

Typickým účastníkem konference Barcamp Brno a jejím příznivcem je:

- pohlaví: muž,
- věk: 23,
- vzdělání: středoškolské vzdělání s maturitou,
- ekonomická aktivita: student,
- obor zájmu: IT,
- místo bydliště: Jihomoravský kraj.

59 % respondentů se doposud neúčastnilo žádné konference typu barcamp.

65 % respondentů se o konferenci dozvědělo ze sociálních sítí jako je Facebook, Twitter, LinkedIn apod. (70 % OSVČ, 69 % zaměstnanců a 62 % studentů), 18 % z nich se o konferenci dozvědělo jiným způsobem, od známých, kamarádů či kolegů ze zaměstnání.

Přihlašování shledala většina účastníků konference jako snadné, místo konání konference dobře dopravně dostupné a prostory vhodné, stejně tak jako technické vybavení konference. Délka přednášek byla ve většině případů hodnocena jako přijatelná, prostor pro diskusi jako dostatečný. Občerstvení bylo hodnoceno jako vyhovující.

Nejčastěji účastníci konference očekávali nové poznatky ze svého oboru zájmu (41 %), setkání se zajímavými lidmi – networking (23 %) a nové poznatky z jiných oborů než byl jejich obor zájmu (15 %).

Očekávání byla zcela splněna u 42 % respondentů, kteří se zúčastnili konference, spíše ano pak u 48 %. S pravděpodobností 95 % bude počet zcela spokojených účastníků konference nejméně 35,8 %, nejvíce 48,2 % bez ohledu na to, kolik účastníků konference se zeptáme.

73 % respondentů, kteří se zapojili do výzkumu a neúčastnili se konference, chápalo omezení počtu účastníků z důvodu zajištění hladkého průběhu akce a její kvality. Toto omezení chápali zejména respondenti ve věku od 25 do 30 let (36,4 %). Vídeň k pozdějšímu zhlédnutí potěší 96 % z nich.

76 % příznivců konference se konference zúčastní příští rok, pokud budou moci. Připlatit si za doplňkové služby na konferenci není ochotna většina z nich. Největší počet respondentů uvedlo, že by bylo ochotno připlatit si za oběd v rámci akce, jednalo se však pouze o polovinu z nich (51 % z celkového počtu respondentů).

Témata, která by respondenty zajímala, jsou IT, obchod/podnikání a marketing, média a PR.