UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2017-2020

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Tereza Machovská

Vzdělávání dospělých pomocí moderních technologií

Praha 2020

Vedoucí bakalářské/diplomové práce:

PhDr. Tereza Vacínová, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR DISTANCE STUDIES

2017-2020

BACHELOR THESIS

Tereza Machovská

Adult education using modern technologies

Prague 2020

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

PhDr. Tereza Vacínová, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 20.4.2020

Tereza Machovská

OBSAH

ÚVOD ... **9**

TEORETICKÁ ČÁST ... **10**

2 VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH ... **10**

2.1 SPECIFIKA VE VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH ... 10

2.2 PROBLEMATIKA VÝUKY DOSPĚLÝCH ... 11

2.3 VZDĚLÁVÁNÍ JAKO CELOŽIVOTNÍ PROCES ... 12

3 CELOŽIVOTNÍ VZDĚLÁVÁNÍ ... **13**

3.1 POJEM CELOŽIVOTNÍ UČENÍ A VZDĚLÁVÁNÍ ... 14

3.2 DALŠÍ VZDĚLÁVÁNÍ (PROFESNÍ) ... 16

3.2.1 Firemní vzdělávání ... *17*

3.2.2 Analýza (vzdělávacích) potřeb a její hodnocení ... *17*

3.2.3 Analýza potřeb a používané techniky ... *18*

4 MODERNÍ TRENDY VE VZDĚLÁVÁNÍ ... **19**

4.1 E-LEARNING VYUŽÍVANÝ VE VZDĚLÁVÁNÍ ... 19

4.2 E-LEARNING A JEHO VÝHODY VE VZDĚLÁVÁNÍ ... 19

4.2.1 další výhody e-learningu ... *20*

4.2.2 Nevýhody e-learningu ... *20*

4.3 M-LEARNING ... 21

4.4 WEBINÁŘ ... 21

5 HODNOTA A VÝZNAM VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH ... **22**

5.1 MOTIVACE KE VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH ... 23

5.2 CHARAKTERISTIKA MOTIVACE ... 24

5.3 BARIÉRY A PŘEKÁŽKY VE VZDĚLÁVÁNÍ ... 26

4.3.1 OSOBNOSTNÍ BARIÉRY ... 27

4.3.2 INSTITUCIONÁLNÍ BARIÉRY ... 28

4.3.3 SITUAČNÍ BARIÉRY ... 29

PRAKTICKÁ ČÁST ... **30**

6 VÝSLEDKY EMPIRICKÉ SONDY ... **30**

6.1 METODA PRO ZÍSKÁVÁNÍ INFORMACÍ ... 30

6.2 STANOVENÍ VÝZKUMNÝCH HYPOTÉZ ... 30

6.3 SESTAVENÍ DOTAZNÍKU A JEHO REALIZACE ... 31

6.4 PŘEDSTAVENÍ SPOLEČNOSTI GLOBUS 32
6.4.1 VZNIK SLUŽBY SCAN&GO 32
6.4.2 Funkčnost služby Scan&go 33
6.4.3 Moderní technologie – možné komplikace 34
6.5 VYHODNOCENÍ ZÍSKANÝCH ODPOVĚDÍ 35
6.5.1 Motivace k nákupu 35
6.5.2 možné bariéry a obavy z nákupu se scan&go 37
6.5.3 Registrace a zřízení služby scan&go 38
6.5.4 Vyzvednutí skeneru ze stojanu 38
6.5.5 Manipulace se skenerem a první zkušenost 38
6.5.6 Viditelnost a srozumitelnost informací na displeji skeneru 39
6.5.7 Nalezení kódů ke skenování 40
6.5.8 způsob ukončení nákupu a placení 40
6.6 SHRNUTÍ 41
ZÁVĚR 43
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ 44
SEZNAM ZKRATEK 47
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ 48

Poděkování

Děkuji PhDr. Tereze Vacínové, Ph.D. za odborné vedení a skvělý přístup při tvorbě mé bakalářské práce. Také bych ráda poděkovala zaměstnancům společnosti Globus ČR, k.s., kteří by mi byli při psaní velmi nápomocní a ochotně mi poskytli veškeré potřebné informace k jejich následnému zpracování.

Anotace

V současné době zaznamenáváme obrovský rozvoj informačních technologií, které se dotýkají všech odvětví nejen v rámci profese, ale i osobního života. Díky tomu se zapojily i do vzdělávání. Bakalářská práce se zabývá možnostem učení za pomocí moderních technologií, konkrétně v rámci nákupního chování a zjednodušení celého procesu pro zefektivnění celého procesu ze strany prodejce, tak i pro maximální spokojenost jeho zákazníků. Teoretická část se věnuje pojmům, které definují a vysvětlují vzdělávání dospělých, ukazují na možnosti a jejich prameny, následně se v praktické části poukazuje na reálném převedení do praxe v podobě výzkumu. Zaměřuje se na to, jak jsou zákazníci edukováni pro rychlejší a efektivnější nakupování za pomocí skeneru Scan&Go, proč se rozhodli tuto službu začít využívat, jak jsou spokojeni s jejím pochopením a celým fungováním.

Klíčová slova

Edukace, e-learning, Globus, moderní technologie, rychlý a bezkontaktní nákup, Scan&Go, vzdělávání, zákaznická zkušenost

Annotation

We are currently seeing a huge development of information technology, which affects all sectors not only in the profession but also in personal life. Thanks to that, they also got involved in education. The bachelor's thesis deals with the possibilities of learning with the help of modern technologies, specifically in the context of shopping behavior and simplification of the whole process to streamline the whole process by the seller, as well as for maximum customer satisfaction. The theoretical part deals with the terms that define and explain adult education, point to the possibilities and their sources, then in the practical part points to the real implementation in practice in the form of research. It focuses on how customers are educated for faster and more efficient shopping with the Scan & Go scanner, why they decided to start using this service, how satisfied they are with its understanding and the whole operation.

Keywords

Customer experience, e-learning, education, fast and contactless purchasing, Globus, modern technologies, Scan&Go

ÚVOD

Dnešní současná společnost je založena na získávání znalostí, dovedností a jejich zhodnocování v důsledku rychle se měnících požadavků úrovně a kvality života. Tato společnost je charakteristická rychlým vývojem, na který by měli být lidé žijící v této společnosti připraveni. Mohou toho dosáhnout jedině získáváním nových informací a především prohlubováním již získaných znalostí a dovedností. Z tohoto důvodu se do popředí dostává celoživotní učení, kdy se vzdělávacího procesu účastní nejen dospělí, ale i senioři. Už dávno neplatí výrok, že jednou získané znalosti jsou dostačující po celý život. V prostředí společnosti vědění uspěje ten, kdo bude neustále držet krok s vývojem neustále měnící se společnosti. Tato bakalářská práce se zaměřuje na aktuální téma vzdělávání dospělých díky moderním technologiím. Téměř každá firma je závislá na svých zákaznících, a proto musí co nejlépe navrhnout vylepšení, aby pomohli zpříjemnit a zefektivnit nakupování daného zboží či služby. U každého jedince se může měnit reakce na prudký rozvoj moderních informačních a komunikačních technologií. Proto je důležité, pokud firma přichází s nějakou inovací, nejprve zjistit od potencionálních zákazníků, zda inovace povede ke srozumitelnosti a spokojenosti s fungováním nově zavedené služby (přes používání po placení). Cílem této práce bude zjistit zpětnou vazbu na zákaznickou zkušenost se službou Scan&Go (v celém průběhu zákaznické cesty), kterou uvedla na trh společnost Globus. V pilotní fázi výzkumu se práce zaměřuje na prvouživatele (nové uživatele), kde se očekává větší množství problémů či nedorozumění, jak vlastně Scan&Go funguje.

Vzhledem k tomu, že služba Scan&Go funguje na principu registrace do věrnostního systému Globus Bonus, bude se bakalářská práce zabývat nejen způsobem fungování služby a jejích technických specifikací, ale také celým procesem zákaznické a uživatelské spokojenosti s pochopením funkcionality a kompletního procesu. Bude se v praktické části věnovat i bariérám a motivacím k využívání služby, odpovídat na klíčové otázky, jejichž odpovědi definují to, jakým způsobem je vzdělávání za pomocí moderních technologií efektivní a zda je veřejností vnímáno pozitivně a kladně, zda splňuje očekávání a reálně zákazníkům šetří čas a poskytuje větší komfort.

TEORETICKÁ ČÁST

1 VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH

Vzdělávání není jen příprava na život, ale je jeho součástí. Neustále život doprovází a dokonce je předpokladem skutečně lidského (uvědomělého) života. Člověk se neučí jen pro svou budoucnost, ale i pro současnost. To platí nejen v dětství, ale především v dospělosti. Dospělí více pociťují nutkavou potřebu vzdělávání, jelikož si nevědí rady či se neorientují ve stále složitějším světě a v mezilidských vztazích (popř. průmyslové výrobě).

Vzdělávání je takový nepřetržitý proces, který nekončí jen školní docházkou a ani po prvních letech zaučení se v nové práci. Nikdo nemůže být připraven úplně na všechno, co ho v životě může potkat. Člověk se učí vlastně nepřetržitě celý svůj život. Vzdělávání není jen přípravou na dospělost, je to takový nekončící stálý proces. Škola nám poskytne základní teoretické znalosti a praktické vědomosti získává každý postupně po zbytek svého života. Vzdělávání napomáhá každému jedinci, aby se popral se všemi překážkami a rozhodnutími, se kterými se opakovaně setkává. Dokonce dospělí mají větší potřebu vzdělávání než děti, jelikož se špatně orientují ve stále dynamičtějším světě změn, jako jsou například moderní technologie, mezilidská komunikace a mnoho dalších.[1]

Neustále rychle se měnící požadavky na určité profese vyžadují především pravidelné doplňování a prohlubování znalostí. Se znalostmi, se kterými se člověk seznámil během svého života, mohou být dnes již zastaralé a nevyhovující požadavkům dnešní doby.

1.1 SPECIFIKA VE VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH

V dnešní době jsou největšími požadavky na vzdělávání dospělých především počítačové a manažerské dovednosti a schopnost komunikovat v cizím jazyce.

---

[1] KOPECKÝ, Martin. *Vzdělávání na doživotí. Další vzdělávání dospělých v Praze, jeho cíle, perspektivy a metody*, Praha: Respekt institut, 2008. s. 11, ISBN 978-80-904153-0-0.

Dále doplňování nových znalostí a dovedností ve svém oboru, osvojení komunikačních dovedností, osobní rozvoj a mnoho dalších znalostí a dovedností, které nabývají většímu významu v dnešní společnosti. Některé firmy podporují vzdělávání dospělých a hradí všechny finanční náklady nebo alespoň její část.

Mezi nejobvyklejší formy vzdělávání dospělých patří:

- nástupní školení, zaškolení,
- zaučení, doškolování,
- zvyšování osobní kvalifikace aj.

1.2 PROBLEMATIKA VÝUKY DOSPĚLÝCH

V souvislosti s výukou dospělého jedince a jejím směřováním se setkáváme například s pojmy kvalifikace a kompetence. Oba tyto pojmy vyjadřují zejména určitý okruh schopností, které dosahují k určitým cílům a standardům a jsou jedním z hlavních cílů vzdělávání dospělých. Uvedené pojmy jsou charakteristické nejen pro své profesní vzdělávání, ale také jsou důležité pro posuzování např. lektora vzdělávacích akcí. I lektor musí být kvalifikovaný a kompetentní. A to je hlavní předpoklad k dosažení určitého požadovaného výkonu.

Kvalifikaci lze definovat jako soustavu schopností (vědomostí, dovedností, zkušeností, návyků – potřebných k získání oficiální způsobilosti k výkonu dané činnosti.[2] Je chápána též jako předpoklad k formování kompetencí. Tvoří ji především školní vzdělání, odborná praxe i další profesní vzdělávání.

Kompetenci lze získat v průběhu celého života a je označována jako souhrn formálních, neformálních i informálních lidských produktivních schopností.

8 Vodák, J., Kucharíková A.: *Efektivní vzdělávání zaměstnanců*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 54.

V kompetenci se také odráží dosavadní zkušenosti a schopnosti vykonávat různé činnosti. Ty se vyvíjí v průběhu života, neustále se mění a nedají se získat profesní přípravou. Je totiž výsledkem vrstvení zkušeností, znalostí a především know-how při dosahování daného výkonu. Kompetence zahrnují i postoje, vnitřní hodnoty a další možní charakteristiky, které jsou nezbytné ke společenskému i pracovnímu uplatnění. [3]

1.3 VZDĚLÁVÁNÍ JAKO CELOŽIVOTNÍ PROCES

Vzdělávání každého člověka provází od dětství až po celou dobu jeho života. *„Myšlenka celoživotního vzdělávání a učení je reakcí na požadavky znalostní společnosti, která vyžaduje nové kompetence svých členů. Klasické vzdělávací (školské) soustavy již nebyly schopny reagovat na změnu obsahu a cílů vzdělávání, a proto se celoživotní vzdělávání a učení stalo cílem a koncepcí současné vzdělávací politiky a strategie rozvoje lidských zdrojů.“*[4]

Lektor by měl dbát více než na množství nových poznatků na jejich pochopení a porozumění. Daný lektor by vystupovat v roli partnera a než vyučovat, by měl především pomáhat při samotném vzdělání. Měl by být především kvalifikovaný a kompetentní a měl by se co nejvíce přiblížit ideálnímu modelu, který obnáší fakt, že je expert v daném oboru a je schopný o tomto oboru přednášet či diskutovat. Má zároveň pochopení a porozumění o dané cílové skupině. Mezi tyto kompetence patří například:

- Odborné (technické) kompetence,
- manažersko-podnikatelská kompetence,
- intelektuální a interpersonální kompetence,

[3] Mužík, J. Androdidaktika. 2. vyd. Praha: ASPI, 2004.

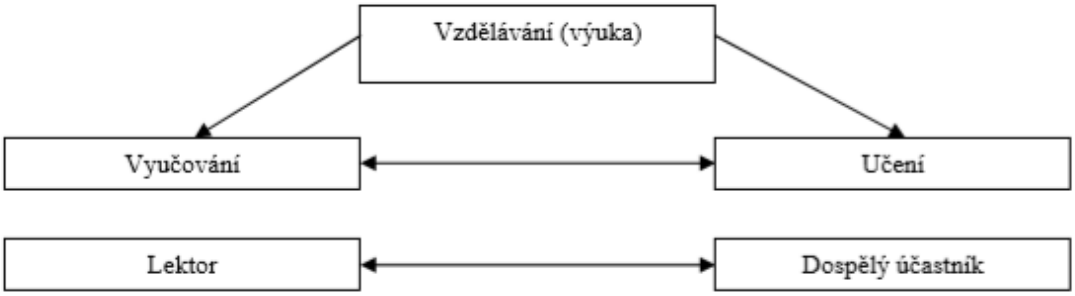
[4] VETEŠKA, Jaroslav. *Kompetence ve vzdělávání dospělých: pedagogické, andragogické a sociální aspekty*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-8672398-3.

- osobnostní kompetence (temperament, vůle, charakter, empatie..).[5]

V dnešní době plné moderních technologií a nových pracovních postupů vedoucí k úsporám ve firmách, je opravdu důležité, aby se všichni stále vzdělávali a doplňovali si potřebné informace.

Neustálé vzdělávání nám rozvíjí prostřednictvím učení potenciál vědění, který je nepřetržitě ovlivňován vnějšími a vnitřními změnami prostředí, ve kterém se člověk pohybuje.

Obrázek 1: Procesy vzdělávání, vyučování a učení



Zdroj: Mužík, J. Androdidaktika. 2. vyd. Praha: ASPI, 2004, s. 13.

2 CELOŽIVOTNÍ VZDĚLÁVÁNÍ

Celoživotní vzdělávání můžeme chápat obecně jako souhrn všech aktivit, které se týkají vzdělávání a rozvoje probíhající v průběhu celého života člověka.

[5] SROV. Eger, L.: *Technologie vzdělávání dospělých*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, 2005, s. 63 a Palán, Z., Langer, T. Základy andragogiky. 1. vyd. Praha: UJAK, 2008, s. 119 - 120.

„Celoživotní učení chápe veškeré učení jako nepřerušovanou kontinuitu od kolébky do zralého věku“. Vysoce kvalitní základní a všeobecné vzdělávání pro všechny od nejútlejšího dětství je jeho základnou.“[6]

Celoživotní učení lze v dnešní době považovat za nesmírně důležité, vzhledem k neustále měnícím se ekonomickým, technickým, informačním a společenským požadavkům společnosti. Tyto požadavky se mohou promítat na státní i soukromé společnosti i na jejich zaměstnance. U některých společností jsou vyžadovány velké nároky na své zaměstnance a jejich odborné znalosti, dovednosti a zkušenosti. Česká republika i další státy se v posledních pár letech na rozvoj vzdělávání zaměřují ve své vzdělávací politice.[7]

Celoživotní vzdělávání se řadí do kategorie dalšího vzdělávání. Počátkem 21. století je již zřejmé, že dané vzdělávání je víc než samotné právo – je to přímo hlavní nástroj pro budování příštího světa, ve kterém bude násilí a sociální konflikty nahrazeny dialogem a vzdělaností. Ve světě, který je charakterizován multikulturním prostředím a rostoucí mobilitou, je podstatné vědění, tolerance a především respekt. Soustavné sebevzdělávání se stává postupně nezbytnou a běžnou životní součástí každého jedince. S tím samozřejmě souvisí i další faktory, jako například: zavádění nových moderních metod ve vzdělávání, které přináší celkové zlepšení v této oblasti (e-learning).

2.1 POJEM CELOŽIVOTNÍ UČENÍ A VZDĚLÁVÁNÍ

Pro celoživotní učení a vzdělávání lze vymezit některé rozdíly, které jsou mezi těmito pojmy. Nejzásadnější rozdíl je u těchto pojmů širší pojetí, které se zaměřuje

[6] VETEŠKA, J.: *Kompetence ve vzdělávání dospělých: pedagogické, andragogické a sociální aspekty*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-8672398-3.

[7] NÁRODNÍ ÚSTAV PRO ODBORNÉ VZDĚLÁVÁNÍ, *Budoucnost vzdělávání v EU* [online]. [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: http://www.nuov.cz/budoucnost-vzdelavani-v-eu

na rozvoj znalostí jedince a skupin u celoživotního vzdělávání. Oproti tomu se celoživotní učení zaměřuje na rozvoj dovedností a znalostí – které jsou do života potřeba.

„Celoživotní vzdělávání je plánovaná, cílevědomá a institucionalizovaná aktivita v rámci celoživotního učení, při které se realizuje to, co společnost považuje za důležité. Celoživotní učení zahrnuje veškeré učební aktivity v průběhu života člověka, které mají za cíl rozvoj znalostí, dovedností a kompetencí a umožňují osobní růst a občanské, sociální a profesní uplatnění.“[8]

Koncept celoživotního vzdělávání

- rozvoj v 60. a 70. letech 20. století
- zaměření především na společnost
- důraz kladen na instituce a rozvoj jedinců a komunit
- celoživotní vzdělávání je chápáno jako jedno ze základních občan. práv
- důraz kladen na neformální vzdělávání.

Koncept celoživotní učení

- rozvoj od pol. 90. let 20. století
- zaměření na jedince
- důraz na jedincovu aktivitu
- prostředek určený k uplatnění se na trhu práce
- důraz na informální učení.

Mezi odborníky se hovoří o tom, že by bylo vhodné, aby se přesunula pozornost od pojmu celoživotního vzdělávání k pojmu celoživotnímu učení. Jelikož pojem vzdělávání je takřka vyhrazen formalizovaným postupům vzdělávání. Oproti tomu pojem

[8] PRŮCHA, J.: *Pedagogická encyklopedie*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 29. ISBN 978-80-7367- 546-2.

učení se lze vztahovat i na neformální procesy vzdělávání.[9] Celoživotní učení se stane nutností a nikdy nekončícím procesem a nelze jej chápat jen jako jeden z významných faktorů kvality života jedince, ale stane se pro celou společnost základním elementem života. *„Celoživotní učení zahrnuje veškeré učební aktivity v průběhu života člověka, která mají za cíl rozvoj znalostí, dovedností a kompetencí a umožňují osobní růst a občanské, sociální a profesní uplatnění.“*[10]

2.2 DALŠÍ VZDĚLÁVÁNÍ (PROFESNÍ)

Vedle individuálních vzdělávacích potřeb existují také vzdělávací potřeby, které jsou typické pro některé kategorie zaměstnanců – resp. pro některé určité profese. Z toho plyne, že každá určitá profese má svá jistá specifika vzdělávání. V profesním vzdělávání jsou často zmiňovány tyto termíny:

- **Trénink** – pojí se s pojmem výcvik. Učení tréninkem má svá určitá specifika a to, že nejde o masivní učení, ale dané učivo je rozděleno do menších částí. Také záleží na tom, co je lidský jedinec schopen naráz pochopit. Na začátku je učení vnímáno některými rychleji a není třeba látku brzy opakovat. Příkladem může být kurz pro manažery.
- **Výcvik** – jde o nově zavedený pojem v oblasti vzdělávání dospělých. Lze jej chápat jako praktickou průpravu pro vykovávání speciálního postavení jedince, takže jde o přesný opak všeobecného vzdělávání.[11]

---

[9] KOPECKÝ, M.: *Sociální hnutí a vzdělávání dospělých*. 1. vyd. Praha: Eurolex Bohemia, 2004. s. 12. ISBN 8086432-96-3.

[10] BENEŠ, M.: *Celoživotní učení a vzdělávání*. In: PRŮCHA, Jan, ed., 2009. Pedagogická encyklopedie. 1. vyd. Praha: Portál, s. 29. ISBN 978-80-7367-546-2.

[11] http://andromedia.cz/andragogicky-slovnik/vycvik

- **Školení** – tento pojem je více užívaný v praxi a je velmi obecný pro danou oblast vzdělávání. Jde o prohlubování vědomostí a bere v úvahu specifika jednotlivých profesí.[12]

2.2.1 FIREMNÍ VZDĚLÁVÁNÍ

Firemní (podnikové vzdělávání) je vzdělávací proces, který je organizovaný podnikem či firmou. Zahrnuje nejen vzdělávání v podniku (interní – vnitropodnikové vzdělávání, které je organizováno podnikem za použití vlastního vzdělávacího zařízení), ale také i vzdělávání mimo podnik (externí – vzdělávání na objednávku ve specializovaném zařízení či ve škole).[13]

Dá se říci, že se jedná o vzdělávání lidí, kteří mají již nějakou úroveň vzdělávání, mají vytvořený systém hodnot, smysl pro reálné cíle a ustálený životní způsob. Jde o proces, kdy se mění pracovní chování, určitá úroveň vědomostí a dovedností a také motivace všech pracovníků.

2.2.2 ANALÝZA (VZDĚLÁVACÍCH) POTŘEB A JEJÍ HODNOCENÍ

„Provázání procesu identifikace, diagnostiky a vyhodnocování potřeb v oblasti učení, rozvoje a vzdělávání slouží k zajištění vhodných vzdělávacích a rozvojových příležitostí pro jednotlivce a týmy z hlediska zvyšování jejich potenciálu, výkonových charakteristik, dosahování cílů organizace a zlepšování výkonu.“[14]

---

[12] MUŽÍK, J..: *Didaktika profesního vzdělávání dospělých.* Plzeň: Fraus, 2005. ISBN 80-7238-220-9

[13] BARTOŇKOVÁ, H.: *Firemní vzdělávání*. Praha: Grada, 2010. Vedení lidí v praxi. str. 16, ISBN 978-80-247-2914-5.

[14] BARTÁK, J.: *Vzdělávání ve firmě*. Praha: Alfa Publishing, 2007. Management studium. str. 19, ISBN 978-80-86851-68-6.

Důležité je zvolení strategie způsobu vzdělávání, kdy dostaneme zpětnou vazbu a zjistíme, jak nám pomohla při řešení stávajícího stavu a provedeme celkové vyhodnocení.

Díky vyhodnocení máme možnost zjistit, kde jsou ještě nějaké věci, které bychom mohli udělat lépe, a podle toho lze stanovit další postup. V prvé řadě se hodnotí, zda jsme dosáhli stanoveného cíle, jakou jsme měli efektivitu a především účinnost a co bylo největším přínosem. Při hodnocení se musíme především zaměřit na:

- jaký byl plán
- finanční efektivita
- uspokojení všech vzdělávacích potřeb
- jak byly splněny stanovené cíle školení a účastníků aj.

2.2.3 ANALÝZA POTŘEB A POUŽÍVANÉ TECHNIKY

K analýze vzdělávacích potřeb je potřeba využít techniky, které nám zjistí skutečný stav zkoumané věci. Mezi takové techniky například patří:

- **Anketa** – jedná se určitý druh průzkumu, kdy se zjišťuje názor u zvolené skupiny respondentů.
- **Dotazník** – slouží k zjištění informací v populaci jako celku i například v menší skupině osob. Je to soustava předem připravených a pečlivě naformulovaných otázek. Dotazník je metoda hromadného získávání údajů, pomocí písemných otázek, které jsou zaměřené na zkoumání názorů, postojů zájmů aj. Výhodou je, že díky dotazníku lze pokládat větší soubor otázek, na které dotazovaná osoba odpovídá písemně. Dotazník je nejčastější forma hromadného sběru dat ve výzkumu. Nevýhodou však je, že může docházet ke zkreslení získaných výsledků. Je potřeba dodržovat počet otázek a přesně formulovat otázky, na které budou respondenti odpovídat.

- **Rozhovor** – jde o často využívanou metodu, která spočívá v dotazování. Jde především o osobní kontakt.[15]

3 MODERNÍ TRENDY VE VZDĚLÁVÁNÍ

V dnešní době se stále více ve vzdělávání dětí či dospělých využívají nové technologie. Výuka se díky moderním technologiím stává takřka standardem.

3.1 E-LEARNING VYUŽÍVANÝ VE VZDĚLÁVÁNÍ

E-learning se vyvíjí a neustále zdokonaluje a využívá se především ve vzdělávacích zařízeních. Díky pokročilé době a internetovým technologiím napomáhá e-learning k prostorové i časové flexibilitě. Dnes se také e-learning velmi často objevuje v oblasti celoživotního vzdělávání dospělých.[16]

Aby účastník mohl ke vzdělávání využívat e-learning, jsou na něj kladeny určité podmínky, kterými jsou:

- znalost práce na počítači,
- pro práci s e-learning musí mít účastník internet a dostupný funkční počítač s dostatečně rychlým internetovým připojením.[17]

3.2 E-LEARNING A JEHO VÝHODY VE VZDĚLÁVÁNÍ

Mezi takové výhody e-learningu patří časová flexibilita i snížení časové náročnosti studia oproti jiným typům vzdělávání – kdy je potřeba za studiem dojíždět. Počáteční

---

[15] PRŮCHA, J., VETEŠKA, J.: *Andragogický slovník.* Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-478-4

[16] IPODNIKATEL.CZ. E-*learning – vzdělávejte sebe i své zaměstnance online* [online]. [cit. 2020-04-18]. Dostupné z: http://www.ipodnikatel.cz/Pece-o-zamestnance/e-learning-vzdelavejte-sebe-i-sve-zamestanceonline.html

[17] GARRISON, D. R. E-learning in the 21st century: a community of inquiry framework for research and practice. Third edition. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2017. ISBN 978-1-138-95356-7.

náklady na e-learning jsou ze začátku finančně nákladné, ale poté nevyžaduje další náklady na samotnou výuku. Mezi finanční úspory lze například uvést úspory za tisk materiálů či pronájem školících místnosti a mnoho dalších. Vzdělávací instituce či samotné podniky mají díky e-learningu možnost za relativně krátký čas naučit velké množství lidí mnoho znalostí, které poté využívají například ve svém zaměstnání.

Při e-learningu můžeme také použít mnoho prostředků pro získávání zpětné vazby jako například autotesty, domácí úkoly či klasické testy. Lze zajistit také snadné možnosti úprav, doplnění či aktualizaci studijních informací.[18]

3.2.1 DALŠÍ VÝHODY E-LEARNINGU

- Neomezený přístup ke vzdělávání.
- Individuální časové tempo při studiu – každý může studovat libovolnou rychlostí (může se k lekcím vracet či je opakovat).
- Možnost komunikace prostřednictvím video-hovorů, textových zpráv popřípadě na diskusních fórech s tutory či dalšími uživateli.
- E-learning dává možnost sledovat celkový průběh daného studia z hlediska času a náročnosti. Zpětná vazba je velmi přínosná pro tutora i pro samotného uživatele. Lze porovnat s ostatními studujícími.[19]

3.2.2 NEVÝHODY E-LEARNINGU

- Může nastat ztráta sociálního kontaktu při vzdělávání, kdy se nevyžaduje přímá interakce s vyučujícím a dalšími studenty.
- Finančně a časově velmi náročné požadavky na vytvoření obsahu kurzů.

---

[18] KOPECKÝ, K.: *E-learning (nejen) pro pedagogy*. 1. vyd. Olomouc: Hanex, 2006. 130 s. ISBN 80-85783-50-9.

[19] CIMERMANOVÁ, Ivana. E-learning ako edukačná stratégia vo vzdelávaní študenta anglického jazyka. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity, 2015. ISBN 978-80-555-1349-2.

- Problémy spojené například s výpadkem proudu, internetového připojení, problémy s počítačem či jiným zařízením, ze kterého se studuje.
- Pro některé studenty může být výuka z obrazovky ne příliš vhodná a mohou mít problémy s učením přes elektronická zařízení.
- E-learning není zcela vhodný pro vzdělávání některých informací. Určité dovednosti a znalosti se nelze naučit – jako například: manuální dovednosti aj.[20]

3.3 M-LEARNING

M-learning patří mezi výuku, která probíhá na mobilních zařízeních (mobilní telefony, notebooky, tablety či čtečky elektronických knih). Pomocí m-learningu lze prohlubovat znalosti a dovednosti bez ohledu na místo i čas – umožňuje se vzdělávat všude a v každém okamžiku.

Rozdíl mezi e-learningem a m-learningem je v tom, že e-learning využívá pro vzdělávání nové moderní technologie. Ovšem m-learning se dělí do čtyř kategorií: přístup k informacím (m-learning se využívá při přístupu k daným informacím, které jsou potřebné pro vzdělávání), časování (učení při m-learningu trvá kratší dobu), kontextu a vyhodnocení. Mezi takovou velkou výhodu lze zařadit plnohodnotné možnosti vzdělávání na jakýchkoliv místech a to díky tomu, že u sebe neustále nosíme některé mobilní zařízení. Pomocí e-learningu lze studovat například online kurzy: učení gramatiky, slovíček nebo poslechu cizích jazyků.

3.4 WEBINÁŘ

V prostředí internetu můžeme narazit na mnoho výukových videí a stále populárnější jsou webináře. Jde o takový seminář, která se může uskutečnit v jakékoliv místnosti pomocí internetu. Webinář může být taktovou alternativou vyučovacích hodin

[20] 0NOCAR, D. a kol. *E-learning v distančním vzdělávání*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2004. 78 s. ISBN 80-244-0802-3.

v jakékoliv místnosti kdekoliv na světě – kde je dostatečně rychlé internetové připojení. Má své uplatnění v proškolování více lidí z různých koutů světa či jen naší republiky. Pojem webinář pochází ze spojení dvou slov: **webový seminář** a poprvé se začal používat začátkem 21. století. Používá se pro předání přínosných informací či představení produktu i služby. Může sloužit také jako prostředek k prezentování vlastních názorů i pořádání různých rozhovorů a diskuzí. [21]

4 HODNOTA A VÝZNAM VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH

V dnešní době souvisí s prodlužováním věku odchodu do důchodu delší setrvávání na trhu práce. Starší populace a její kvalifikační vybavenost neodpovídá poptávce, která se v současné době od jedinců požaduje. S příchodem nových a moderních technologií vznikly větší požadavky na výkon jednotlivých profesí a je menší zájem o méně kvalifikované jedince. Trh práce je složitá a vyžaduje více nových odborných dovedností, odborností a schopností.

Celoživotní učení tak umožňuje každému člověku (po celý život) se rozvíjet podle svých schopností, zájmů a mohou tak usilovat o co nejlepší uplatnění ve všech sférách života. Učení by mělo přispívat ke zvyšování zaměstnanosti a schopnosti se trvale uplatnit na trhu práce – nejen v ČR, ale i v zahraničí.

Velkou roli zde hraje rozmanitost a dostupnost vzdělávací nabídky a především rovná šance v přístupu ke vzdělávání. Měla by se v dalším vzdělávání veškerá pozornost věnovat na vytváření možností, aby si každý mohl i v dospělosti zvýšit úroveň svého

[21] KEJHOVÁ, H.: NÁRODNÍ ÚSTAV PRO VZDĚLÁVÁNÍ. *Moderní technologie mění i podobu dalšího vzdělávání dospělých* [online]. [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/srp/dalsi_informace/moocs_univerzitni_a_doplnkove_vzdelavani.html

vzdělávání, rozvíjet a doplňovat profesní dovednosti a to vše v souladu s měnícími se podmínkami na trhu práce.[22]

4.1 MOTIVACE KE VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH

Jednou ze základních podmínek aktivní účasti ve vzdělávání je především motivace. Jde o soubor vnitřních a vnějších faktorů, které se zaměřují na jednání a prožívání určitým směrem. Také vzbuzují, aktivují a dodávají energii lidskému jednání i prožívání. Ovlivňuje i způsob reagování určitého jedince na jeho jednání a prožívání a vztahy k ostatním lidem.

Motivaci ke vzdělávání je potřeba chápat jako takový komplex různorodých a vzájemně se podmiňujících motivů. Tento pojem bývá definován jako příčina činností a jednání jednotlivce zaměřená na uspokojení dané potřeby. Mezi takové základní motivy řadíme například zájmy, potřeby, cíle, přání, hodnoty, návyky, postoje a i emoce. Motivace ke vzdělávání závisí na individuálních schopnostech a potřebách jedince. Dospělý jedinec může pociťovat zdravou nespokojenost sám se sebou a nesoulad mezi svým vzděláním a potřebou se učit, má také předpoklady pro úspěchy ve své životě. Dospělému v mnoha směrech může usnadnit studium i zkušenost z praxe. Ví, na co se může zaměřit a co mu v jeho kvalifikaci schází. Velkou motivací může být návaznost a následná použitelnost nově získaných informací (znalostí) ve své profesi. Při učení je především důležitá pozitivní motivace – radost z úspěchu, zvědavost i vůle něco dokázat.

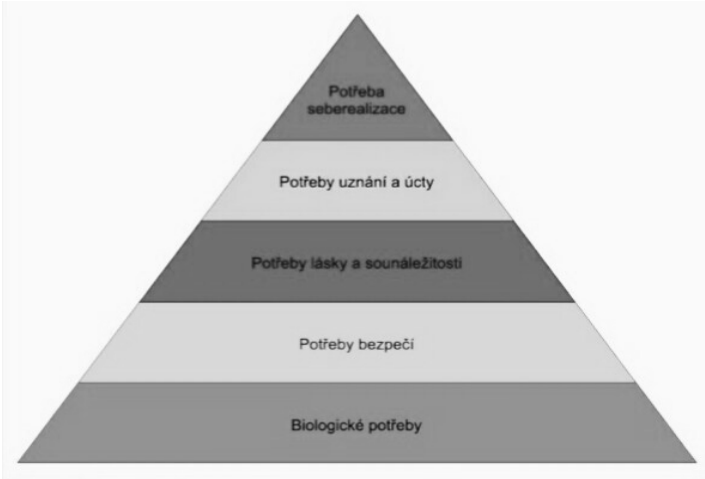
Neúspěchy nebo až přehnané nároky mohou motivaci snižovat a vyvolat u jedince trému. Někteří dospělí mohou mít i problémy do svého každodenního života začlenit přípravy na vyučování. Může to být zapříčiněno něčím novým, na co nejsou zvyklí

[22] BENEŠ, M.: *Andragogika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 136 s. ISBN 978-80-247-2580-2.

a také tím, že jejich přestávka od učení byla příliš dlouhá a chvíli trvá, než se učební návyky obnoví.

Nejznámější teorií o motivaci je známá **Maslowova pyramida potřeb**, která je založena na představě, že každý člověk není motivován jen vnějšími podněty, ale i vnitřním programem potřeb. Tyto potřeby vytváření dané soubory. Pokud je jeden ze souborů uspokojen, vypluje do popředí jiný. Uspokojená potřeba může přestávat motivovat. Abraham Maslow identifikoval základních pět souborů potřeb, které se řadí hierarchicky (viz obrázek 2.)[23]

Obrázek 2: Maslowova pyramida potřeb



Zdroj: VYSEKALOVÁ, J., 2012. s. 123.

4.2 CHARAKTERISTIKA MOTIVACE

Proces vzdělávání dospělých i počáteční vzdělávání má i další zásadní rozdíly. A tím je právě již zmiňovaná motivace. Většina mladých lidí se účastní vzdělávacího procesu zejména z donucení, oproti dospělým. Ti vstupují do dalšího vzdělávání zcela dobrovolně. Každý z nás si jistě dokáže představit, jaká úskalí s sebou přináší návrat

[23] VYSEKALOVÁ, J.: *Psychologie spotřebitele; jak zákazníci nakupují.* 1. Vyd. Praha: Grada Publishing, 2004, 283 s. ISBN 80-247-0393-9.

do školních lavic. Proto někteří dospělí potřebují alespoň nějakou motivaci, která je k tomuto kroku vede.

„Dynamický intrapsychický proces, v němž vzájemné vztahy podnětů (motivace vnitřní) a prostředí (motivace vnější) vytvářejí napětí, soustředění a zaměření aktivity, která po rozhodovacím procesu vede k cíli. Vzájemný vztah a souhrn hybných faktorů (motivů, pohnutek), které podmiňují a energizují lidské jednání v určité situaci.“[24]

Ve spojení s motivací se často objevuje pojem motiv. Může se zdát, že se jedná o totožné pojmy, ale pravda to není. Motivace vyjadřuje krátkodobou tendenci, tedy tzv. proces, kdežto motiv vyjadřuje relativně stálou (předpokládanou) motivační dispozici.

Motivy ke vzdělávání se také mohou rozdělovat následovně:

- **Sociální kontakt** – snaha o navázání či rozvinutí kontaktů, hledání akceptace druhých, pochopení osobních problémů, zlepšení sociální pozice, potřeba skupinových aktivit aj.
- **Sociální podnět** – snaha o získávání prostoru nezatěžovaného každodenními tlaky.
- **Profesní důvody** – zajištění či rozvoj vlastní pozice v zaměstnání.
- **Vnější očekávání –** doporučení zaměstnavatele, sociálních pracovníků, přátel či poradenských služeb aj.
- **Kognitivní zájmy** – tato motivace odpovídá jisté představě vzdělávání dospělých. Vychází z vlastní hodnoty získávání znalostí.[25]

Motivaci lze také chápat jako pozitivní a negativní. Pozitivní motivace je umocňována pocitem určitého vnitřního uspokojení. Projevuje se, i když jde o učení pouze pro získání výhod. Mění se především s věkem. Dospělý jedinec si přesněji uvědomuje své cíle učení (to, co od něho očekává). Jeho postoj je spíše dán jeho

[24] PALÁN, Z.: *Lidské zdroje*. 1.vyd. Praha: Academia, 2002. 280 s. ISBN 80-2000950-7 (Palán, 2002, s. 125)

[25] BENEŠ, M. *Andragogika*. 2. aktul. a rozšiř. vyd. Praha: Grada, 2014. 176 s. ISBN 978-80-247-4824. Beneš (2014, s. 62-63)

cílevědomostí. Podstatné však je, že učení dospělých většinou neprobíhá s důrazem na uspokojení z poznání, ale především z potřeby řešit vzniklé problémy. Pozitivní motivace je významná při učení – zvědavost, radost z úspěchu, předsevzetí, vůle něco dokázat. Oproti tomu je negativní motivace méně účinná. Jde hlavně o strach z neúspěchu a pohoření.[26]

4.3 BARIÉRY A PŘEKÁŽKY VE VZDĚLÁVÁNÍ

Opakovaný vstup do vzdělávacího procesu s sebou nemusí přinášet jen výhody v podobě získání či rozšíření nových informací nebo dosažení vyššího vzdělání, ale také nevýhody jako například – ztráta volného času, nedostatek čau na rodinu, omezení zájmů i absence v zaměstnání.

Pro některé dospělé jedince (zejména v pokročilejším věku), může být vzdělávání obtížnější z hlediska zdravotního stavu. Mezi tyto stav lze řadit sníženou pohyblivost, zhoršený sluch i zrak. Tato kapitola se snaží především poukázat na jisté překážky a bariéry, se kterými se mohou dospělí v rámci vzdělávání potýkat.

Cesta k cíli, kterou si určíme, nebývá vždy snadná. Při této cestě na nás číhají určité překážky, které nám cestu znesnadňují. Těmto překážkám se říkají bariéry. Tyto bariéry nás bohužel neminou při cestě za vzděláním. Jde o překážku, která nám brání k dosažení stanoveného cíle. Mnozí dospělí zažívají tzv. smíšené pocity při návratu do školy. Může to být zapříčiněno nervozitou a nedůvěrou, stejně jako i odhodláním a nadšením. Řada dospělých má potřebu zapojit se do vzdělávacích aktivit, ale jisté faktory jim k tomu brání. Tyto faktory mohou být různé, například může jít o konflikty či problémy spojené s kombinací rodinného života a studia. Bariéra může být

[26] PALÁN, Z.: *Lidské zdroje*. 1.vyd. Praha: Academia, 2002. 280 s. ISBN 80-2000950-7 (Palán, 2002, s. 126).

pro dospělé také učení se s novými technologiemi, které jsou nedílnou součástí dnešní doby. Musí držet krok se stále rychleji se měnícím světem. [27]

Bariéry, které jsou spjaty se vzděláváním dospělých lze rozdělit do několika skupin, jejichž základní stratifikace je uvedena níže.

4.3.1 OSOBNOSTNÍ BARIÉRY

Tyto bariéry souvisí s osobnostním nastavením potenciálu vzdělávaného – který si klade překážky sám sobě, jako jsou například: „jsem na to moc starý“, „já na to nemám“ a podobně.

Patří sem například:

- **Nedostatek motivace** – v každé oblasti našeho života platí to, že čím větší má jedinec motivaci, tím úspěšněji je schopen bariéry překonat. Správně stanovená motivace nám napomáhá dosáhnout svého cíle i přes všechny přicházející překážky. Pokud není motivace dostatečně silná, je pak velký předpoklad neúspěšnosti. Nedostatek motivace k učení je pak opravdu překážkou. Motivace je velkým klíčem k překonání všech překážek, které nás mohou potkat.
- **Nedostatek sebevědomí** – jde o takovou vlastnost, která není u každého stejně rozvinuta. Jen málo jedinců má vyvinuté sebevědomí a proto někteří touží po větší sebejistotě. Nedostatek sebevědomí je jednou z mnoha překážek, které nám brání k dosažení cíle za vzděláním. Sebevědomí je důležitý faktor, který nám určuje, do jaké míry si jedinec uvědomuje své možnosti a schopnosti jít si za svým snem.

[27] RABUŠICOVÁ, M. a RABUŠIC, L.: *Učíme se po celý život?: o vzdělávání dospělých v České republice.* 1 vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008, 339 s. ISBN 97880-210-4779-2. Rabušicové, (2008, s. 105)

Tabulka 1: Vliv sebevědomí na úspěšnost při vzdělávání

Jedinec se zdravým sebevědomím	Jedinec s poškozeným sebevědomím
Dokáže si stanovit priority a zorganizovat čas	Obtížně si stanovuje priority
Nese plnou zodpovědnost za své chyby	Své chyby svádí na ostatní
Plní úkoly, jak nejlépe dovede	Je nadměrně pečlivý a perfekcionistický
Neúspěchy a chyby bere jako ponaučení	Bojí se chyb a svého selhání

Zdroj: Vlastní zpracování

- **Nedůvěra v efektivnost –** patří mezi časté osobnostní bariéry. Je velmi spjata s motivací. Pokud má jedinec správnou a silnou motivaci a věří, že cíl, který si stanovil je správný – pak bude mít větší efekt k dosažení. Velmi často jsou lidé v dospělosti k vzdělávání skeptičtí a nevěří, že jim vzdělání přinese např. lepší zaměstnání. Nastane-li tato situace, může být pro jedince nedůvěra v efektivnost překážkou, která brání ve vzdělávání.

4.3.2 INSTITUCIONÁLNÍ BARIÉRY

Patří sem překážky, které negativné ovlivňují průběh vzdělávání.

- **Nedostatek informací** – nastane při špatné komunikaci mezi vzdělávaným, vzdělávajícím a institucí a tím může dojít k znepříjemnění či ztížení vzdělávacího průběhu.
- **Nedostatek vzdělávacích možností** – patří sem nedostatek vhodných vzdělávacích programů.

4.3.3 SITUAČNÍ BARIÉRY

Situační bariéry vyplývají z momentální situace každého jedince, jako je například – nedostatek financí a času.

- **Nedostatek času** – je podobný problém jako při nedostatku motivace. Dnešní doba je velice uspěchaná a na nedostatek času si stěžuje snad každý. Je opravdu těžké sladit časový harmonogram a najít místo, které je možné vyplnit novou aktivitou (studiem). Důležité je najít vždy řešení, jak i tuto bariéru zvládnout.
- **Nedostatek finančních prostředků na studiu –** Je nutné ve svém okolí vždy sledovat nabídky vzdělávacích institucí, které nabízí studium bezplatně (univerzity, zájmové i neziskové organizace). Vždy si musí jedinec uvědomit, že právě vzdělání je to, co nám nikdo nikdy nevezme. A musí zvážit, zda není lepší se oprostit od něčeho méně důležitého a právě upřednostnit vzdělání. Investice do vzdělávání je zodpovědností každého jedince.
- **Zdravotní důvody –** před počátkem studia i v průběhu mohou nastat zdravotní důvody, pro které dospělý nemůže zahájit či dokončit studium. Mohou nastat zdravotní omezení, které nám celý proces značně stíží či úplně znemožní.[28]

[28] RABUŠICOVÁ, M. a RABUŠIC, L.: *Učíme se po celý život?: o vzdělávání dospělých v České republice.* 1 vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008, 339 s. ISBN 97880-210-4779-2. Rabušicová, 2008, str. 50-58

PRAKTICKÁ ČÁST

5 VÝSLEDKY EMPIRICKÉ SONDY

5.1 Metoda pro získávání informací

Pro získávání dat týkající se vzdělávání dospělých díky moderním technologiím byla vybrána technika in-store dotazování. Jedná se o dotazování realizované v obchodě Globus. Vztahuje se k hodnocení chování spotřebitele či zákazníka daného obchodu k jeho záměrům. Před samotným dotazováním v prodejně Globus, kde dotazování probíhalo, byl zajištěn souhlas provozovatele s vykonáváním tohoto výzkumu. K dotazování byl využit standardizovaný dotazník. Klíčovým krokem bylo definovat správné otázky, na které bude vyhodnocení dotazníku přímo odpovídat a nabízet tak výsledná data o tom, jak se zákaznické chování mění díky edukaci za pomocí moderních technologií, jak velké procento lidí a zákazníků je otevřeno novým možnostem a z jakého důvodu se případně k této možnosti přiklánějí. Jedná se o induktivní cestu poznání založenou na zkušenosti.

5.2 Stanovení výzkumných hypotéz

Aby bylo zcela možné vyhodnotit celkový přínos dosažených výsledků, bylo nutné naformulovat několik hypotéz, které vycházely z určitých poznatků. Formulace hypotéz proběhla ještě před samotnou realizací výzkumu a byla při tom využita vlastní zkušenost i všeobecné názory. S využitím výzkumu budou posuzovány následující hypotézy:

1. Zákazníci mají problémy se službou Scan&Go při ukončování nákupu a při placení.
2. Zákazníci by doporučili službu Scan&Go svým přátelům a kolegům.
3. Mladí lidé mají rádi moderní technologie. Globus se díky této nové službě pro ně stává moderní prodejnou.

5.3 Sestavení dotazníku a jeho realizace

Před samotným realizováním dotazníku bylo nutné sestavit si určité kroky, mezi které patří:

- Účel zkoumání (definování problému).
- Zvážení (předešlých) souvisejících výzkumů.
- Stanovení zkoumaných hypotéz daného problému (popř. identifikace výzkumných otázek a jejich odpovědí).
- Identifikace potencionálních respondentů a zvolení té nejvhodnější techniky pro sběr dat.

Hlavním úkolem tohoto výzkumu bylo zjistit zpětnou vazbu na zákaznickou zkušenost se službou Scan&Go (dále jen „SG“) vedoucí k celkovému zlepšení, dále odstraňování bariér a nepochopení, které v průběhu zákaznické cesty (od zvažování zřídit SG, přes samotnou registraci, využití služby, až po placení) mohou vzniknout. Forma dotazování probíhala přímo v prodejně, kde bylo možné přímé pozorování nákupního chování. Rekrutace respondentů probíhala v okamžiku, kdy si vyzvedávali skener z panelu. Snahou bylo respondentům dopředu funkčnost zařízení a celý proces nevysvětlovat, aby došlo k zajištění co nejkvalitnějšího sběru dat. Tento výzkum probíhal v prodejně dva pracovní dny (2 hodiny denně) od 7. 1. 2020 a ukončen byl 9. 1. 2020. Celkem bylo realizováno v rámci in-store dotazování 144 rozhovorů, převážně s ženami ve věku 34-55 let (získáno bylo 83 rozhovorů).

Autorku v rámci dotazování zajímalo především následující:

- **Spokojenost či nespokojenost se S&G.**
- **Motivátory**, popř. bariéry (obavy) před registrací (prvním použití služby).
- **Disaster check:** Ochota znovu S&G využívat, případně – co zákazníky od dalšího používaní S&G odrazuje.
- **Srozumitelnost a spokojenost** s fungováním celého procesu (od registrace/zřízení služby, používání až po celkové placení).
    - Registrace/zřízení služby S&G.
    - Umístění scanneru a jeho vyzvednutí.

- Způsob scannování zboží – práce se scannerem.
- Snadnost nalezení kódu ke scannování.
- Problémy při scannování (v jakých momentech se zákazníci ztrácí – nevědí, co mají dělat, jak to řeší).
- Hodnocení namátkových kontrol při placení.

- **Způsob ukončení nákupu a placení**

5.4 Představení společnosti Globus

V roce 1996 byl otevřen první hypermarket v České republice - německý řetězec Globus. Do dnešního dne po celé ČR jako Globus hypermarket nalezneme až 15 obchodů. Každá provozovna Globus má své vlastní pekařství, kde se připravuje každý den čerstvé pečivo, a také řeznictví, které je především vyhlášené svými uzenářskými výrobky i čerstvým masem. Jde tak o rodinnou firmu s osobním přístupem ke každému zákazníkovi.

Obrázek č. 3: Logo společnosti Globus

Zdroj: www.globus.cz [online] [2020-04-26]

5.4.1 VZNIK SLUŽBY SCAN&GO

Společnost v roce 2013 jako první obchodní řetězec začala nabízet svým zákazníkům službu Scan&Go, jehož výhodou je rychlejší a snadnější nákup bez čekání u pokladen. Zákazníci, kteří se registrují, mají tak možnost sami skenovat své zboží a uložit si jej přímo do tašek v nákupním vozíku. Na svém vypůjčeném scanneru mohou kontrolovat cenu jednotlivých položek i průběžnou cenu celého nákupu. Poté při placení

nemusí čekat u pokladny, vykládat nákup na pás a znovu jej skládat to vozíku, mohou tak rovnou přejít k placení. Poprvé byla služba S&G spuštěna v roce 2013 v hypermarketu v Praze Čakovicích. V roce 2015 poté v Praze na Zličíně a v Brně. V roce 2016 byla spuštěna i ve všech ostatních hypermarketech v České republice. Poprvé byla tato služba podpořena novou TV kampaní, která byla pro veřejnost spuštěna 24. 10. 2016.

5.4.2 FUNKČNOST SLUŽBY SCAN&GO

Program Scan&Go usnadní zákazníkům nakupování v hypermarketech Globus. Nejen, že jej usnadní, ale také zpřehlední a urychlí. Pomocí scanneru, který si vyzvednou na začátku nákupu, oskenují své zboží ve chvíli, kdy jej vkládají do svého košíku. Mají tak celkový přehled o výši svého nákupu. Pak už jen mohou zaplatit u vyhrazených pokladen S&G (bez čekání ve frontě). Poté jen scanner vrátí na určené místo a mohou jít spokojeně domů.

Fungování nákupu v obchodě Globus se skenerem / službou Scan&Go je následující: zákazník musí být registrovaný ve věrnostním programu Globus Bonus a vlastnit fyzickou kartu, která je napojena na uživatelský účet, díky čemuž lze nejen datově sledovat zákaznické chování, ale primárně má díky tomu zákazník možnost, využívat veškeré akce a slevové kupony jako hlavní benefit.

Při příchodu na plochu hypermarketu si zákazník u stojanu s připravenými skenery zaktivuje na displeji svůj účet, spustí nákup a rozsvítí se mu konkrétní spárovaný skener. Tento skener se umístí do držáku u nákupního košíku. Celý průběh nákupu je díky tomu jednoduchý a rychlý – veškeré položky, které vkládá zákazník do nákupního košíku rovnou naskenuje, takže po celou dobu průběhu má možnost vidět celkovou hodnotu nákupu a ceny za jednotlivé artikly. Po dokončení nákupu se odebere na dedikované místo pro zákazníky služby Scan&Go, kde u displeje samoobslužné pokladny pouze naskenuje závěrečný QR kód, zaplatí a odchází s nákupem bez nutnosti čekat, než prodavač/ka namarkuje všechny položky. Tento způsob je tedy rychlejší, efektivnější jak ze strany zákazníka, tak v rámci nákladů na personál pro stranu prodejce.

Obrázek 3: Samoobslužné nakupování v Globusu

Zdroj: www.globus.cz [online] [2020-04-26]

5.4.3 MODERNÍ TECHNOLOGIE – MOŽNÉ KOMPLIKACE

Žijeme v moderní společnosti, ve které je nárůst informačních a komunikačních technologií pro některé jedince značně problémový. Komplikace mohou nastat především u starší generace, která na rozdíl od té mladší nevyrůstala ve světě moderní technologie. Pro některé lidi může být obtížné pracovat s novou službou Scan&Go a upřednostňují spíše „zastaralý" způsob nakupování. Proto je důležité, aby k používání této technologie byli lidi motivováni a především jim bylo dostatečně vysvětleno, jak s takovou službou zacházet a jak jim může usnadnit běžný život.

Aby právě zákazníci neměli problém s využíváním služby Scan&Go, společnost Globus zveřejnila na své webové stránce www.globus.cz přehledný postup, jak takový scanner funguje a jak jej mohou zákazníci využívat (i ve formě video prezentace).

Proto se autorka rozhodla ve svém výzkumu zjistit, jak k této moderní technologii veřejnost přistupuje, jaká je jejich motivace s užíváním služby SG, popř. jaké bariéry a nepochopení může nastat v průběhu nakupování.

5.5 VYHODNOCENÍ ZÍSKANÝCH ODPOVĚDÍ

5.5.1 MOTIVACE K NÁKUPU

Jak již bylo výše zmíněno (bod 5.3), po ukončení sběru dat bylo získáno v rámci in-store dotazování celkem 144 rozhovorů (a to převážně s ženami ve věku 34-55 let). Celkem se podařilo získat 83 rozhovorů. Data byla sbírána na ploše hypermarketu v obchodním centru Černý Most. Odpovědi respondentů byly přeneseny do programu Excel a předělány do použitelné podoby. Získaná data byla přepsána, graficky znázorněna a poté mohlo dojít k celkovému vyhodnocení získaných informací.

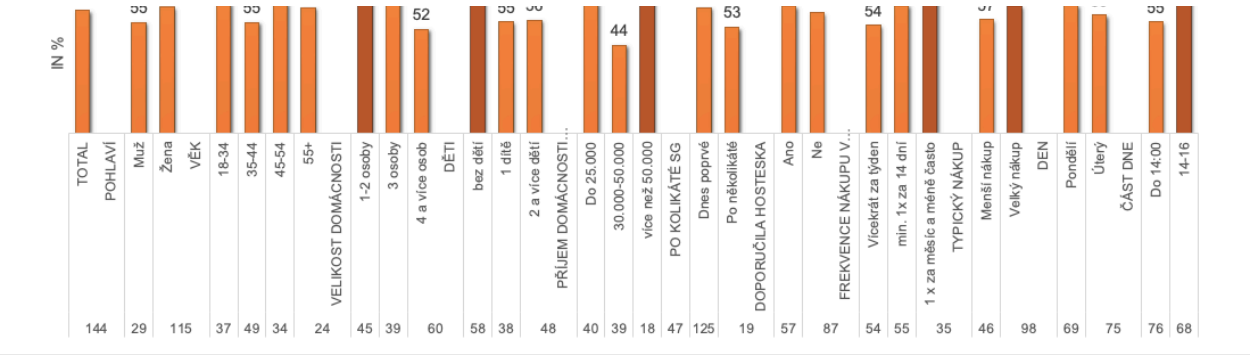
Nejsilnější motiv k využívání služby, jak na prvním místě, tak celkově. Důležité je, že zákazníci vnímají celkově nákup se Scan&Go rychlejší, uvědomují si, že nemusí několikrát se zbožím manipulovat.

Především u těžkého zboží. Objevovala se spojení Scan&Go a velký těžký nákup. Jednoznačná výhoda pro velké rodiny, velké nákupy. Benefit více vázaný na větší nákupy. Jinak nás zákazníci upozornili, že čekání u pokladen v Globusu problém není, spíše by to pomohlo v jiných prodejnách. Proto možná není tato motivace vysoko.

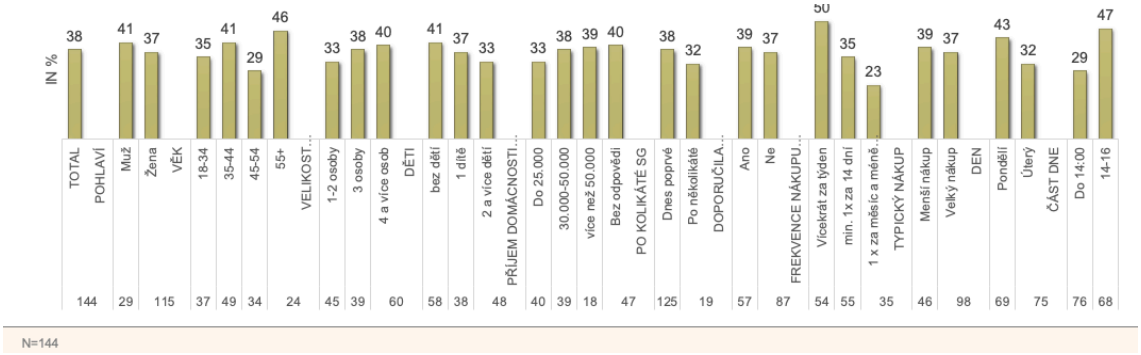
Při pozorování se po prodejně pohybovalo několik dětí, které rodičům pomáhaly se skenerem, měly ho jako hračku (pistole), nebo jim ho rodiče půjčovali pro vlastní pobavení (batolata). Scan&Go ale není jen zábava pro děti, ale také pro dospělé, kterým minimálně při prvním použití nákup osvěžuje.

V čem je podle vás největší výhoda zařízení Scan&Go? Můžete uvést až tři odpovědi.

Obrázek 4: Graf, rychlost, rychle nakoupím



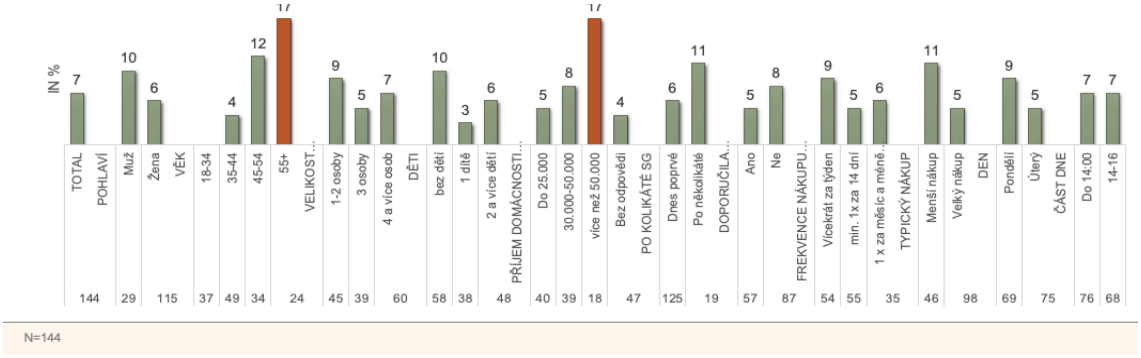
Obrázek 5: Kontrola útraty již při procesu nákupu



Kritérium velmi chválené po tom, co si ho zákazníci všimli, zdá se, že tuto výhodu dopředu zcela nechápou a mají o ní jinou představu – nevidí ji jako celkovou částku, ale jako soupis jednotlivých částek. Při používání pak velmi ceněný benefit (hlavně při omezeném rozpočtu).

Při vkládání položek do košíku a jejich naskenování za pomocí skeneru Scan&Go se na displeji vždy zobrazí název produktu, jeho cena, případná sleva či akce a po schválení přidání se aktualizuje celková částka nákupu, který má zákazník evidovaný.

Obrázek 6: Položky si mohu uspořádat již v průběhu nákupu tak, jak potřebuji



V zásadě nebylo setkání se zákazníky, kteří by si zboží vkládali přímo do tašek (museli jsme je upozornit). Při pozorování zákazníci ojediněle vkládali zboží do tašek, ale převážně klasicky do vozíku. Tato výhoda se zdá respondentům až neuvěřitelná.

5.5.2 MOŽNÉ BARIÉRY A OBAVY Z NÁKUPU SE SCAN&GO

Nebyly zaznamenány vyslovené obavy zákazníků. Lehká nervozita občas panovala při prvním skenování, ale jakmile byl vyřešen problém se vzdáleností od EAN kódu, správné držení, další skenování probíhalo bez problémů.

Nejvíce obav projevují starší, nezdá se, že by byl nějak významný rozdíl mezi pohlavími. Vzhledem k tomu, že personál byl u pokladen jasně vidět a radil, neprojevovali se ani zásadně obavy z placení.

Obecně větší obavy ze skenování má starší generace ať už je to ovládání, nepochopení výhod, obava u chyb při skenování, přesto polovina dotázaných žádné problémy před použitím skeneru neočekávala. Namátkové kontroly se bojí ti nejmladší (18-24).

Co podle vás může zákazníka odradit při prvním použití služby Scan&Go? Vycházejte z vlastní zkušenosti. Můžete uvést až tři důvody.

Obrázek 7: Co může zákazníka odradit od první zkušenosti se skenerem

Drtivá většina Scan&Go při dalších nákupech zase použije. Nejvíce odmítají službu starší, ale i tam je jasná převaha těch, co při příštím nákupu budou skenovat. Typickým důvodem pro další nepoužívání služby je pocit, že skenování zdržuje. Jednou skupinou

mohou být lidé, kteří se cítí být omezeni skenerem při nakupování (a nemohou „házet“ rychle zboží do koše), druhou pak ti, co se obecně bojí technologií a s tím spojených možných, nečekaných komplikací, které si vyznavači služby ani při prvním použití nepřipouštějí.

5.5.3 REGISTRACE A ZŘÍZENÍ SLUŽBY SCAN&GO

Registrace a zřízení služby byly prakticky bez problémů, ojediněle se vyskytly připomínky ke zdržení kvůli registraci. V době výzkumu byl posílen personál v prodejně, přesto samotná registrace byla záležitostí 1-2 minut a závisela jen na tom, jak dlouho zákazník vyplňoval registrační list.

Většina zákazníků registrována ve věrnostním programu Globus Bonus již byla. 8% se registrovalo v daný den, právě kvůli službě (po doporučení personálu). Umístění Skeneru v prodejně je také v pořádku, zřídka se objevují výtky, že je dál od vozíků. Panely jsou jinak jasně viditelné u obou vchodů do prodejny.

5.5.4 VYZVEDNUTÍ SKENERU ZE STOJANU

Dle dotazovaných bylo vyzvednutí v globálním měřítku perfektní, bez problémů. Silně ovlivněno asistencí při vyzvedávání. Teoreticky ani problém nemohl nastat. Ojediněle se objevila lehká kritika – „přestože jsou skenery v panelu skoro všude, rozsvítí se až ten na kraji, chvilku trvá, než ho najdu.“

5.5.5 MANIPULACE SE SKENEREM A PRVNÍ ZKUŠENOST

Manipulace se skenerem je také v pořádku s mírnými výtkami, v ruce se dobře drží, uchycení na vozíku pomáhá, problém může nastat při nákupu bez vozíku, kdy není možné skener nikam ukotvit a druhá ruka drží košík.

- Lehké problémy se vyskytují při prvním skenování, než si zákazník zvykne na vzdálenost, ve které má být skener a zboží.

- Starší lidé pak měli problém i s orientací skeneru, čím vlastně skenovat (zkouší skenovat displejem).

- Stojánek na vozíku umožňuje používat obě ruce a skener prakticky není nutné vytahovat, což intuitivně prováděla většina dotazovaných.

Největším problém v tomto ohledu je skenování více kusů zboží. Opět nejedná se o bariéru, ale prvouživatelé nechápou, proč mají jednou na výběr zadání více kusů a jindy zase musí každý kus skenovat zvlášť (výjimečně na to proč se tak děje přišli sami).

- Přestože si zákazníci vysloveně nestěžovali, při pozorování používání bylo naraženo na očekávání skenování jako na samoobslužných pokladnách, kde nemusí nic mačkat. Očekávali, že přiložením skeneru ke zboží začne skener něco dělat.

- Jakmile ale toto pochopili, vše následně probíhalo hladce a jako bariéra to vnímáno není.

- Občas byl zaznamenán problém při zadávání pomocí scrollování – velmi malý prostor, rychle se točí, špatně zastavuje – i pro mladší.

5.5.6 VIDITELNOST A SROZUMITELNOST INFORMACÍ NA DISPLEJI SKENERU

Očekávaně, stížnosti spíše od starších respondentů. Jinak prvouživatelé informací na skeneru příliš pozornosti nevěnují, až po chvilce si všímají, co se vlastně na displeji objevuje a velmi pozitivní reakce mají na možnost kontroly celkové ceny nákupu.

- Informace na displeji jsou pro většinu dostatečné, ale hlavně proto, že intuitivně nevstupují do detailu jednotlivých položek.

- Pokud tak učiní, jsou mírně zklamaní, protože informace zde obsažené jsou velmi strohé, praktické stejné, co na hlavní obrazovce.

- Objevují se požadavky pro uvádění ceny za množstevní jednotku, upozornění na akční nabídku u podobného produktu, popřípadě doplňkový produkt nebo původ zboží.

5.5.7 NALEZENÍ KÓDŮ KE SKENOVÁNÍ

Ani u čerstvých kategorií nebyl problém. Lehké připomínky ke sjednocení levelu, kde jsou EANY u čerstvého zboží umístěny – „aby to bylo pořád ve stejné výšce“. Někdy jsou totiž nad zbožím, někde pod.

Stížnosti také na klasické zboží s EANEM, kde měl zákazník problém s jeho nalezením. Zajímavé je, že nikoho se zákazníků nenapadlo skenovat EANY z cenovek.

Po upozornění na možnost skenování cenovek na regále, objevily se negativní reakce, že mohou být špatně – možný problém s cenovou integritou.

5.5.8 ZPŮSOB UKONČENÍ NÁKUPU A PLACENÍ

Největší zádrhel při používání. Hodnocení je pozitivně ovlivněno posíleným personálem, který hned při vstupu do pokladní zóny zákazníky při procesu ukončení a placení navigoval. Všichni respondenti zde měli alespoň částečný problém.

- Nalezení pokladny určené k placení se Scan&Go nedělalo větší obtíže, přestože navigace není úplně jasná.
- Zákazníci mají problém, všimnout si EANU pro ukončení nákupu, následně se na obrazovce skeneru zobrazí otázka s potvrzením, zda je veškeré zboží naskenováno, což vedlo ke zmatenosti zákazníka.
- V zásadě pak ale došlo ke smíření se situací a zákazníci se shodovali v tom, že po druhé už budou vědět a jako bariéru tyto dva problémy nakonec nevnímají.

U placení by dle respondentů nastalo také pár problémů, pokud by personál placení nevysvětloval. Samotné přikládání věrností karty se zdá být většinou intuitivní, někteří se ji snaží přikládat na displej, ale pak správné místo najdou. Problémovější se zdá být úvodní obrazovka po načtení karty.

- Někteří zákazníci sice obrazovku ignorují a mačkají rovnou na jasně zelené zaplatit, ale těm, kteří si pozorně čtou instrukce, není jasné proč by měli znovu skenovat pečivo nebo zeleninu.

- Chválí možnost zadání Globus tašky, co ale dělat, když ji nezadají dopředu a vzpomenou si až při obrazovce, kde platí.

- Kontrola věku při nákupu alkoholu – ani v jednom případě obsluha nepřišla sama, jak bylo deklarováno na displeji, ale museli ji zákazníci sami zavolat (červené světlo u pokladny blikalo).

- Pokladna také komunikovala v anglickém jazyce. Musela se přepínat do češtiny.

5.6 SHRNUTÍ

Celkově velmi pozitivní dojem ze strany zákazníků, u prvouživatelů lze ovšem bez asistence čekat vážnější problémy při ukončení nákupu. Perfektní edukace a vysvětlování veškerými možnými způsoby je proto naprosto klíčovým prvkem fungování celého mechanismu. Celkově velmi pozitivní jak ze strany zákazníků, tak ze strany Globusu jako organizátora služby.

Obrázek 8: kompletní hodnocení a shrnutí

Proces / kritérium	Pozitiva	Negativa	Doporučení
Registrace do věrnostního programu a vyzvednutí skeneru z panelu	• Možnost registrace přes on line nebo v prodejně • Rychlé, vyzkoušeno i na prodejně. • Vyzvednutí hodnoceno nejlépe (asistence personálu)	• Jen velmi zřídka, po načtení karty se rozsvítí skener, který není zrovna při ruce, může se stát, že nebude hned k nalezení.	• Zvážit možnost dostupnosti služby zákazníkům bez registrace, kombinace s chytrými telefony. • Nabízet k vyzvedání přednostně skenery v oblasti, kde se zákazník registruje pro použití kartou
Manipulace se skenerem	• Ergonomicky skener vyhovuje, stojánek na vozíku umožňuje používat obě ruce, při skenování není nutné vytahovat.	• Možné problémy při nákupu s košíkem, kdy jsou pak obě ruce obsazené	• Komunikovat možnost využití skeneru pro menší nákupu v rámci expresního odbavení (skener nenosím sebou, naskenuji až na pokladně)
Ovládání skeneru	• Většina zákazníků zcela intuitivně funkčnost pochopila.	• Problém při scrollování pro nastavení počtu kusů, nejednotnost v zadání více kusů= možnost zadat mačkáním na displeji jindy je nutné každý kus skenovat	• Komunikovat proč někdy kusy nutné zadávat jindy skenovat, popřípadě sjednotit a nechat zadávání na displeji jen v případě, kdy se nakupuje větší množství.
Informace na displeji	• Pozitivně vnímána hlavně možnost kontroly výšky ceny nákupu	• Pro starší hůře viditelně (dalo se očekávat) • Detailní informaci jsou chudé a nerozšíří moc stávají informace na hlavním displeji	• Zvážit možnost doplnit informace o cenu za množstevní jednotku, popřípadě nabídky jiných produktů, inspirace k nákupu, upozornění na akce

Obrázek 9: spokojenost zákazníků

Nižší NPS z hlediska hodnocení služby Scan&Go mají muži, rozhodně starší nakupující a také ti, co šli do prodejny pro menší nákup. Evidentně tedy zákazníci, kteří s nákupem v Globusu obecně bývají méně spokojení.

Důležité ovšem je, že zákazníci vnímají Scan&Go jako zábavný a rychlý způsob nákupu, díky tomu, že mají rádi moderní technologie vnímají Globus jako moderní prodejnu. Na intenzitu využívání má velký vliv mediální komunikace, TV a rozhlas. Zákazníkům se líbí nákup ve smyslu technické „hračky“, probouzí v nich zvědavost a raději tráví na ploše prodejny svůj čas.

ZÁVĚR

Nejdůležitějším cílem bakalářské práce bylo zaměřit se na možnosti a historii vzdělávání dospělých a její následný vývoj v dnešní době. Výzkumným způsobem se podívat na konkrétní příklad vzdělávání dospělých za pomocí moderních technologií, které dokážou lidem reálně zjednodušit a zrychlit celý proces systémově a procesně pro jejich maximální spokojenost a komfort. Výzkum byl proveden pomocí vyhodnocení dotazníku na konkrétní tématiku přímo na místě jejího fungování, tedy přímo v prodejně Globus. Byla vybrána skupina respondentů, u kterých probíhalo šetření dle jejich orientace v rámci využívání služby, motivaci pro její vyzkoušení, celý proces nákupu a případné bariéry, obavy, problémy a nedostatky.

Primárním cílem bakalářské práce je zjistit, jak jsou zákazníci spokojení s pochopením služby, kde případně vidí její problémy a jak službu a její edukaci uživatelům ještě více přiblížit a zlepšit, jak se vůbec dnešní společnost dívá na využití moderních informačních technologií v reálném životě, zda to vnímají pozitivně a jako přínos nebo nemají dostatečnou motivaci pro její využívání. Aplikovanou metodou pro sběr dat byl polo-strukturovaný dotazník s uzavřenými i otevřenými otázkami s možností volby a případným odůvodněním či detailnějším rozvedením jednotlivé odpovědi.

První kapitola teoretické části se věnuje plošnému uchopení tématu vzdělávání dospělých, konkrétních specifikací, problémů a vzdělávání jako celoživotnímu procesu, na což navazuje další kapitola celoživotní vzdělávání jak firemního, tak i osobního charakteru. Popisuje hodnoty vzdělávání dospělých, jeho důležitost a možné bariéry, které v tomto případě mohou vyvstat.

Praktická část se detailně věnovala šetření, kdy byly jasně stanoveny a definovány hlavní otázky, jejichž zodpovězení pomohlo vytvořit komplexní souhrn o informaci, jak jsou moderní informační technologie používány a vnímány uživatelskou skupinou.

Z kapacitních důvodů nebylo možné do bakalářské práce začlenit podrobnější výzkum motivace k nákupu s moderními technologiemi a detaily komplexního dotazníku, autorka doporučuje vložit podrobnější zkoumání této problematiky do případné navazující diplomové práce.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých tištěných zdrojů

BARTÁK, J.: Vzdělávání ve firmě. Praha: Alfa Publishing, 2007. Management studium. str. 19, ISBN 978-80-86851-68-6.

BARTOŇKOVÁ, H.: Firemní vzdělávání. Praha: Grada, 2010. Vedení lidí v praxi. str. 16, ISBN 978-80-247-2914-5.

BENEŠ, M. Andragogika. 2. aktul. a rozšiř. vyd. Praha: Grada, 2014. 176 s. ISBN 978-80-247-4824. Beneš (2014, s. 62-63)

BENEŠ, M.: Andragogika. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 136 s. ISBN 978-80-247-2580-2.

BENEŠ, M.: Celoživotní učení a vzdělávání. In: PRŮCHA, Jan, ed., 2009. Pedagogická encyklopedie. 1. vyd. Praha: Portál, s. 29. ISBN 978-80-7367-546-2.

IPODNIKATEL.CZ. E-learning – vzdělávejte sebe i své zaměstnance online [online]. [cit. 2020-04-18]. Dostupné z: http://www.ipodnikatel.cz/Pece-o-zamestnance/e-learning-vzdelavejte-sebe-i-sve-zamestanceonline.html

KEJHOVÁ, H.: NÁRODNÍ ÚSTAV PRO VZDĚLÁVÁNÍ. Moderní technologie mění i podobu dalšího vzdělávání dospělých [online]. [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/srp/dalsi_informace/moocs_univerzitni_a_doplnkove_vzdelavani.html

KOPECKÝ, K.: E-learning (nejen) pro pedagogy. 1. vyd. Olomouc: Hanex, 2006. 130 s. ISBN
80-85783-50-9.

KOPECKÝ, M.: Sociální hnutí a vzdělávání dospělých. 1. vyd. Praha: Eurolex Bohemia, 2004.
s. 12. ISBN 8086432-96-3.

KOPECKÝ, Martin. Vzdělávání na doživotí. Další vzdělávání dospělých v Praze, jeho cíle, perspektivy a metody, Praha: Respekt institut, 2008. s. 11, ISBN 978-80-904153-0-0.

MUŽÍK, J. Androdidaktika. 2. vyd. Praha: ASPI, 2004.

MUŽÍK, J..: Didaktika profesního vzdělávání dospělých. Plzeň: Fraus, 2005. ISBN 80-7238-220-9

NOCAR, D. a kol. E-learning v distančním vzdělávání. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého
v Olomouci, 2004. 78 s. ISBN 80-244-0802-3.

PALÁN, Z.: Lidské zdroje. 1.vyd. Praha: Academia, 2002. 280 s. ISBN 80-2000950-7 (Palán, 2002, s. 125)

PRŮCHA, J., VETEŠKA, J.: Andragogický slovník. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-478-4

PRŮCHA, J.: Pedagogická encyklopedie. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 29. ISBN 978-80-7367- 546-2.

RABUŠICOVÁ, M. a RABUŠIC, L.: Učíme se po celý život?: o vzdělávání dospělých v České republice. 1 vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008, 339 s. ISBN 97880-210-4779-2.
Rabušicové, (2008, s. 105)

SROV. Eger, L.: Technologie vzdělávání dospělých. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, 2005, s. 63 a Palán, Z., Langer, T. Základy andragogiky. 1. vyd. Praha: UJAK, 2008, s. 119 - 120.

VETEŠKA, J.: Kompetence ve vzdělávání dospělých: pedagogické, andragogické a sociální aspekty. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-8672398-3.

VODÁK, J., Kuchaříková A.: Efektivní vzdělávání zaměstnanců. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 54.

VYSEKALOVÁ, J.: Psychologie spotřebitele; jak zákazníci nakupují. 1. Vyd. Praha: Grada Publishing, 2004, 283 s. ISBN 80-247-0393-9.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

CIMERMANOVÁ, Ivana. E-learning ako edukačná stratégia vo vzdelávaní študenta anglického jazyka. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity, 2015. ISBN 978-80-555-1349-2.

GARRISON, D. R. E-learning in the 21st century: a community of inquiry framework for research and practice. Third edition. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2017. ISBN 978-1-138-95356-7.

Seznam použitých internetových zdrojů

NÁRODNÍ ÚSTAV PRO ODBORNÉ VZDĚLÁVÁNÍ, Budoucnost vzdělávání v EU [online].
[cit. 2020-04-17]. Dostupné z: http://www.nuov.cz/budoucnost-vzdelavani-v-eu

SEZNAM ZKRATEK

ATIC - Asociace turistických informačních center

S&G - Scan&Go

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Obrázek 1: Procesy vzdělávání, vyučování a učení 13

Obrázek 2: Maslowova pyramida potřeb 24

Obrázek 3: Samoobslužné nakupování v Globusu 34

Obrázek 4: Graf, rychlost, rychle nakoupím 35

Obrázek 5: Kontrola útraty již při procesu nákupu 36

Obrázek 6: Položky si mohu uspořádat již v průběhu nákupu tak, jak potřebuji 36

Obrázek 7: Co může zákazníka odradit od první zkušenosti se skenerem 37

Obrázek 8: kompletní hodnocení a shrnutí 41

Obrázek 9: spokojenost zákazníků 42

Tabulka 1: Vliv sebevědomí na úspěšnost při vzdělávání 28

Příloha A - Dotazník

1. *V čem je podle vás největší výhoda zařízení Scan&Go? Můžete uvést až 3.*
2. *Co podle vás může zákazníka odradit při prvním použití služby Scan&Go ? Vycházejte z vlastní zkušenosti. Můžete uvést až 3 důvody.*
3. *Myslíte, že zařízení Scan&Go použijete při dalším nákupu?*
4. *Kdy jste se zaregistroval(a) do věrnostního programu Globusu?*
5. *Byl(a) jste vybrán(a) k namátkové kontrole?*
6. *Viditelnost a srozumitelnost informací na displeji skeneru*
7. *Ovládání skeneru (jak se co mačká, jaké klávesy používat)*
8. *Vyzvednutí skeneru ze stojanu / panelu*
9. *Způsob ukončení nákupu*
10. *Nalezení kódů ke skenování (především čerstvé kategorie pečivo a OZ)*
11. *Placení*

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Tereza Machovská
Obor: Vzdělávání dospělých
Forma studia: kombinovaná
Název práce: Vzdělávání dospělých za pomocí moderních technologií
Rok: 2020
Počet stran textu bez příloh: 42
Celkový počet stran příloh: 6
Počet titulů českých použitých zdrojů: 21
Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2
Počet internetových zdrojů: 1
Vedoucí práce: PhDr. Tereza Vacínová, Ph.D.