

Úkol 4: Rozhodněte se pro výzkumnou strategii. Diskutujte propojení s cíly a výzkumnou otázkou. Své volby vždy zdůvodněte a reflektujte výhody případně nevýhody.

Dobře určená výzkumná strategie. Součástí výzkumu by mělo být však také vysvětlení, proč jste si „tradiční podobu rodiny“ určili právě takto.

Výzkumná strategie:

Rozhodli jsme se pro výzkum kvantitativní, protože chceme určit z relativně velkého počtu případů základní trend ve společnosti, který se dotýká obsazování žen do středních a vysokých manažerských postů. Budeme sledovat vztah mezi tradiční výchovou žen v rodině, která bude definovaná pomocí malého počtu znaků (vzhledem ke kvantitativně postavenému výzkumu) a povoláním ženy – manažerky. Znaky kterými definujeme tradiční rodinu budou zejména: zaměstnanost otce, matka v domácnosti a minimálně 2 děti.

Jádrem našeho výzkumu bude tedy jedna průřezová studie, založená na dotazníkovém šetření v roce 2006 mezi ženami v manažerských pozicích (viz níže). Tato studie bude mít za úkol, tázat se na otázky ohledně současných i předchozích zaměstnání, ohledně představ o zaměstnání a ohledně rodiny, ze které dotázané ženy pocházejí (výchova, stav rodiny).

Protože nás ale sekundárně zajímá i vývoj procesů na pracovním trhu, doplníme dva průřezové výzkumy (dotazníky ohledně 90 let.), a pokusíme se vyhodnotit trend ve společnosti. Touto trendovou studií v rámci longitudinálního výzkumu, budou osloveny tři věkové skupiny žen, které nastupovali do pracovního procesu na začátku 90-tých, na konci 90-tých let a v roce 2005. Otázky se budou vždy týkat toho období, kdy ženy nastupovali do práce. Odhadem se bude jednat o ročníky 1965, 1975 a 1980.

Přes obchodní rejstřík, profesní organizace a personální oddělení firem získáme kontakty na ženy v manažerských pozicích a rozešleme dotazníky. Manažerskou pozici rozumíme i ženu-podnikatelku. Vzhledem k výzkumné otázce bude dotazník sestaven z otázek ohledně toho, co je přimělo k této práci a jaké měli poměry v rodině (cca 500 dotazníků).

Výhodou takto formulované strategie je pokus o zjištění základních trendů v postavení žen na pracovním trhu. Zejména bychom mohli zjistit, jakým způsobem se přístup žen k manažerským pozicím změnil z jejich osobního hlediska a z pohledu okolí. Nevýhodou spatřujeme ve složitém zpracování dat z dotazníkového šetření, případně i v možném zkreslení údajů v dotaznících, protože se ptáme i na údaje zpětně v čase, čili odpovídající ženy nebudou možná moci autenticky popsat své tehdejší pocity a názory. Nevýhodou dále může být to, že trend zaměstnávání žen v manažerských pozicích může být daleko více ovlivněn jinými faktory, než tradiční výchovou v rodině, a proto budeme toto dopředu předpokládat a snažit se tak jednotlivá data z dotazníku obezřetně vyhodnotit.