

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Psychologie cestovního ruchu
Tendence k vyhledávání prožitků
Bakalářská práce

Autor: Aneta Juchelková
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D.
Odborný konzultant:

Hradec Králové

Duben 2022

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 2.5.2022

vlastnoruční podpis

Aneta Juchelková

Poděkování:

Děkuji vedoucí bakalářské práce Mgr. Dagmar Hrušové, Ph.D. za metodické vedení práce a poskytnutí cenných rad. Dále bych ráda poděkovala všem respondentům, kteří mi vyplnili výzkumný dotazník.

Anotace

Předmětem bakalářské práce je analýza jednotlivých aspektů týkajících se psychologie cestovního ruchu. Cílem je zkoumat tendence k vyhledávání prožitků a následná diagnostika u jejich vybraných účastníků cestovního ruchu. Teoretická část je věnovaná motivačním teoriím, které ovlivňují turisty a jejich potřeby při cestování. Zaměření je také na prožitek, který je důvodem vyhledávání zážitků a cestování mladých lidí, kteří jsou součástí rychle rostoucího segmentu na trhu.

Praktická část pomocí dotazníkového šetření psychologa Marvina Zuckermana vyhodnocuje motivační faktory vysokoškolských studentů o účasti na programu Erasmus+ a zároveň vyhodnocuje a porovnává jednotlivé tendence k vyhledávání prožitků u studentů se zkušeností se zahraničním studiem a u studentů bez této zkušenosti.

Klíčová slova: cestovní ruch, motivace, prožitek, Erasmus+

Annotation

Title: Psychology of tourism - tendency of sensation seeking

The subject of the bachelor thesis is the analysis of individual aspects related to the psychology of tourism. The aim is to examine the tendencies of sensation seeking and subsequent diagnostics in their selected tourism participants. The theoretical part is devoted to motivational theories that affect tourists and their needs during traveling. It is also focused on experience that is the reason for sensation seeking and traveling of young people who are part of a fast-growing market segment. The practical part, with the help of a questionnaire from psychologist Marvin Zuckerman, evaluates the motivational factors of university students about participation in the Erasmus + program and also evaluates and compares individual trends in seeking experiences for students with experience abroad and for students without this experience.

Keywords: tourism, motivation, sensation, Erasmus+

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce.....	2
3	Metodika zpracování.....	3
3.1	Charakteristika výzkumného souboru.....	3
3.2	Sběr dat	4
4	Teoretická východiska	6
4.1	Psychologie v cestovním ruchu.....	6
4.2	Motivace.....	7
4.2.1	Maslowova teorie potřeb.....	9
4.2.2	Model potřeb cestovatele v cestovním ruchu.....	10
4.2.3	Studie motivů cestování.....	12
4.2.4	Push a Pull faktory	13
4.2.5	Klasifikace potřeb dle Murraye.....	14
4.2.6	Escaping and Seeking model.....	15
4.3	Prožitek.....	16
4.3.1	Tendence k vyhledávání prožitků.....	19
4.4	Studentský turismus	20
4.4.1	Mobilita.....	21
4.4.2	Trendy mezinárodní vzdělávací mobility	23
4.4.3	Program Erasmus+	24
5	Praktická část.....	25
5.1	Výzkum.....	25
5.2	Motivy účasti na programu Erasmus+	27
5.3	Tendence vyhledávání prožitků	29
6	Shrnutí výsledků.....	32

6.1	Diskuze výsledků.....	34
7	Závěry a doporučení	35
8	Seznam použitých zdrojů	37
9	Příloha	1

Seznam použitých zkratk

CR- cestovní ruch

EU- Evropská unie

UNWTO- Světová organizace cestovního ruchu

WYSE- World Youth Student and Educational

SSS-V- Sensation seeking survey

ESN- Erasmus student network

TAS- Thrill and Adventure Seeking

ES- Experience Seeking

Dis- Disinhibition

BS- Boredom Susceptibility

Seznam obrázků

Obrázek 1: Maslowova pyramida	9
Obrázek 2: Model potřeb cestovatele.....	11
Obrázek 3: The Growth of International Student Mobility Projection 2025.....	21
Graf 4: Věkové rozložení respondentů.....	25
Graf 5: Rozložení respondentů podle pohlaví.....	26
Graf 6: Rozložení respondentů podle národnosti.....	26
Graf 7: Motivační faktory.....	28
Graf 8: Komparace motivačních faktorů u mužů a žen.....	29
Graf 9: Tendence vyhledávání prožitků u skupiny se zkušeností s Erasmus+	30
Graf 10: Tendence vyhledávání prožitků u skupiny bez zkušenosti s Erasmus+	30
Graf 12: Komparace zkoumaných skupiny.....	31

Seznam tabulek

Tabulka 1: A Selection of Murray's Classification of Human Needs which may be applicable to tourist behaviour.....	14
--	----

1 Úvod

Téma bakalářské práce s názvem „Psychologie cestovního ruchu – tendence k vyhledávání prožitků cestovního ruchu“ se zabývá danou problematikou tendencí v cestování u vybraných účastníků cestovního ruchu. Autorka bakalářské práce se zaměřuje především na psychologické motivační teorie, které mají určitý vliv na rozhodování turisty při účasti v cestovním ruchu a zejména se zaměřuje na tendence k vyhledávání prožitků společně s motivací vysokoškolských studentů zúčastněných studijního pobytu v zahraničí. Autorka práce se během svého studia zúčastnila dvou studijních pobytů v zahraničí, a proto si zvolené téma vybrala aplikovat na krátkodobé mobilitě programu Erasmus+.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V první části se tato práce zabývá jednotlivými teoriemi z psychologického hlediska a jejich spojitostí s tendencemi a potřebami turistů. Jednotlivé teorie jsou rozebrány na souvisejících konceptech, teoriích a modelech v souvislosti s cestováním. Představena je zde i kapitola týkající se motivace k cestování a vyhledávání samotných prožitků. Pro dostatečný teoretický základ k praktické části je zde i rozebrána zahraniční studentská mobilita, studentský turismus a krátkodobý studijní program Erasmus+, který je nabízen univerzitami, za účelem získání nových zkušeností a vědomostí v zahraničí.

Význam psychologie v oblasti cestovního ruchu byl rozebrán na základě jednotlivých teorií, které úzce souvisí s potřebami účastníků cestovního ruchu. I přesto, že by se podle zahraničních studií měl klást větší důraz na psychologické hledisko v oboru cestovního ruchu, je tato oblast ještě dostatečně neprozkoumaná.

2 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je popsat aspekt prožitků v cestovním ruchu, porovnat tendence vyhledávání prožitků u respondentů se zkušeností s programem Erasmus+ v porovnání s respondenty bez zkušenosti se zahraničním pobytem, s využitím standardizovaného dotazníku zájmů a zálib od psychologa Zuckermana. Práce se zabývá cílem zjistit a rozebrat nejčastější motivy studentů pro výjezd na program Erasmus+ v porovnání mezi ženským a mužským pohlavím.

Výzkumné otázky

VO1: Jaké jsou nejčastější motivy výjezdu na program Erasmus+?

VO2: Jaké jsou rozdíly mezi motivy u ženského a mužského pohlaví?

VO3: Jaké jsou rozdíly mezi skupinou, která má zkušenost s Erasmem+ a mezi skupinou bez zkušenosti?

3 Metodika zpracování

Podklady využití ke zpracování bakalářské práce jsou založené na analýze odborných článků, knih a internetových zdrojů mezinárodního původu. Autorka práce čerpal především se zahraničních zdrojů, a to z důvodu neprobádané problematiky v oblasti psychologie cestovního ruchu.

V praktické části bakalářské práce byl využit kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření, které celkově vyplnilo 200 respondentů v podobě mezinárodních vysokoškolských studentů. Výzkum probíhal na základě **standardizovaného psychologického testu zájmu a zálib podle psychologa Marvinu Zuckermana (Zuckerman,1978)** a byl doplněn autorem práce o část pohlaví, věk, národnost a o otevřenou otázku s požadavkem na pět motivačních faktorů účasti na programu Erasmus+. První polovina respondentů měla při vyplňování dotazníku již zkušenost s programem Erasmus+ a druhá polovina zkušenost s programem Erasmus+ nikdy neměla. U části respondentů se zkušeností s pobytem v zahraničí byly zkoumány jednotlivé motivační faktory, které ovlivnily rozhodnutí o účasti na této mobilitě na základě rozdílů mezi preferencemi u pohlaví. U zkoumaných skupin byla provedena následná komparace s využitím metody posuzování.

3.1 Charakteristika výzkumného souboru

Výzkumný soubor realizované studie tvořilo celkem 200 mezinárodních studentů vysokých škol s rovnoměrným rozdělením na 100 žen a 100 mužů viz graf na obrázku číslo 2. Všichni respondenti museli splňovat věkovou kategorii v rozmezí 19-28 let, která je zobrazena v grafu na obrázku číslo 1 v podkapitole výzkum. Kromě věku zde hrála roli taky národnost respondentů z Evropské Unie viz graf na obrázku číslo 3. Účastnilo se výzkumu celkem 8 národností a to z: České republiky (25 %), Slovenska (12 %), Španělska (15 %), Francie (14 %), Německa (11 %), Portugalska (9 %), Nizozemska (8 %) a Belgie (6 %). Záměrem bylo rozdělit respondenty na skupinu vysokoškolských studentů se zkušeností s programem Erasmus+ a na skupinou vysokoškolských studentů bez zkušenosti se studijním pobytem v zahraničí. Z hlediska metody se jedná o metodu posuzování a komparace,

kteřá využívá porovnání stejných objektů na základě odlišných podmínek a prostředí. Doba, kterou strávili respondenti vyplňováním dotazníku, byla průměrně 10-15 minut.

3.2 Sběr dat

Metodika sběru dat proběhla využitím kvantitativní metody týkající se výzkumu tendencí k vyhledávání prožitků u mezinárodních studentů vysokých škol, kteří mají zkušenost s programem Erasmus+ a kteří se programu nezúčastnili. Výzkum byl proveden formou standardizovaného dotazníkového šetření s kombinací vlastní tvorby u první části dotazníku. Z důvodu různorodosti národností byl zprostředkován online. Pro shromáždění jednotlivých odpovědí byl využit webový portál survio.com, který přehledně uspořádal následné výsledky jednotlivých odpovědí. Odkaz na dotazník byl následně rozeslán prostřednictvím sociální sítě aplikace Facebook a Instagram. Pro zachování rovnoměrného počtu žen a mužů, nebyl dotazník veřejně zveřejňován na sociálních sítích, ale zaslán přímým osobám. Při online vyplňování dotazníku byla zachována anonymita respondentů. Pro získání 100 respondentů se zkušeností se studiem v zahraničí, byla využita i skupina mezinárodní organizace ESN, kde se pohybují mezinárodní studenti s účastí na programu Erasmus+.

První část dotazníku se zaměřila na zjištění demografických údajů respondentů – věk, pohlaví a národnost. Následující část se zabývala na otevřenou výzkumnou otázku týkající se druhů motivátorů, které hrají hlavní roli při výběru zahraničního studijního programu. V poslední části se respondenti účastnili standardizovaného psychologického testu zájmu a zálib psychologa Marvina Zuckermana (1978), standardizovaného do české verze v roce 2003 Kubanem (2006). Sběr dat probíhal celkem 32 dnů, a to z důvodu již výše zmíněného zapojení mezinárodních studentů.

Struktura dotazníku – Interest and preference test (SSS FORM V)

Dle překladu Kubana (2006) podle Zuckermana (1978) SSS dotazník formy V zjišťuje tyto položky tendencí: vyhledávání vzrušení a dobrodružství (TAS), vyhledávání zážitků (ES), disinhibici (Dis) a náchyllost k nudě (BS). Tento dotazník je sestaven ze 40 položek, které obsahují dvě možnosti odpovědí A nebo B.

Tyto položky se navzájem vyvracejí a jsou dále rozděleny tak, že každá ze čtyř podškál je věnována deseti z nich. Je zachovaná forma nuceného výběru, kdy testovaná osoba vždy volí jednu ze dvou možností. Pro možnost vyhodnocení výsledků je bezpodmínečně nutné odpovědět na všechny dotazované položky. V případě, že ani jedna z možností se plně neshoduje s názorem, či touhou testovaného, volí tu možnost, kterou považuje ze svého hlediska za přijatelnější.

V tomto dotazníku neexistují špatné ani správné odpovědi, protože se jedná o preference osobního rázu. Vyhodnocení dotazníku vyjadřuje tendenci testovaného jednotlivce ve vyhledávání prožitků a jeho vystupování z komfortní zóny. Reliabilita jako vnitřní konzistence škál vyjádřená koeficientem Cronbachova alfa se pohybuje kolem hranice přijatelnosti od 0,83 do 0,86. Pro míru validity využil Kuban (2006) korelační koeficient jehož hodnota mezi původní třístupňovou škálou a nově vytvořenou sedmistupňovou škálou činila 0,774.

Jednotlivé podškály podle Zuckermana (1978) vyjadřují následující tendence vyhledávání prožitků:

- **Vyhledávání napětí a dobrodružství (TAS)**
- **Vyhledávání zkušeností (ES)**
- **Disinhibice (Dis)**
- **Vnímavost nudy (BS)**

4 Teoretická východiska

4.1 Psychologie v cestovním ruchu

V 20. století se zahrnují do studia cestovního ruchu různé formy oborů. Jafari a Ritchie (1981) zjistili, že do výzkumu cestovního ruchu řadíme pět hlavních akademických disciplín, mezi které patří ekonomie, sociologie, psychologie, geografie a antropologie. Martin et al. (2007) tvrdí, že má psychologie velmi bohatou historii a organizované akademie s doslova tisíci vědců přispívajících k disciplíně a jejímu vývoji

Termín psychologie v cestovním ruchu může být podle Štýrského a Šípka (2011), „označován, jako *geopsychologie*. Jedná se o neoficiálně zavedený termín, který by se zabýval vztahem lidí k volnému času, setkávání se s cizím prostředím, cestováním a fenoménem domova. Analyzuje rozhodovací proces turistů, jejich postoje, životní styl, a především tendence k vyhledávání prožitků.“ Kromě toho autoři ve svých publikacích odkazují na další termíny, vyskytující se v jednotlivých odborných publikacích – prostorová psychologie, environmentální a cestovní psychologie, psychologie environmentálního studia, a to z důvodu, že psychologie je široký pojem, který nelze jednoduše vysvětlit.

Dle Goeldnera a Ritchie (2014) však obecně platí, že s oborem psychologie souvisí především otázka porozumění potřebám turistů. Zabývá se převážně tím, co cestovatele pohání, jak se rozhodují, co si myslí o produktu, který si koupili, jak moc ho oceňují, jak komunikují s místními a okolím a zda jsou spokojeni s jejich pobytem. Jak také uvedl Villamira (2001), psychologie v cestovním ruchu studuje jedince, kteří vystupují jako turisté. Proto je cestovní ruch nutné analyzovat nejen z ekonomicko-geografického hlediska, ale také analyzovat chování turistů, když jsou vystaveni emocionálním faktorům, aby chránili své zdraví a pohodu. Turisté velmi často chtějí utéct každodenní rutině a mají potřebu získat nové zkušenosti a poznat jedinečnost u nekonvenčních situací.

4.2 Motivace

„Slovo motivace je odvozeno z latinského slovesa movere, tj. hýbati, pohybovati. Je obecným označením pro všechny podněty, které vedou k chování, resp. k určitému chování“ (Homola, 1972, str. 11).

Podle Slovníku cestovního ruchu (Zelenka a Pásková, 2012) je motivace spojením vnitřních a vnějších podnětů, které vedou k dosažení určité činnosti. Motivace je taky základní součástí rozhodování a hraje důležitou roli v pochopení turistového rozhodovacího procesu, stejně jako při hodnocení následného uspokojení očekávání turistů (Snepenger, King, Marshall a Uysal, 2006). Solomon (2004) nazval motivaci samostatným procesem, který vede lidi k tomu, aby se chovali, tak jak se chovají. Tato zmiňovaná potřeba je tedy výchozím bodem turistického chování a bez této potřeby, by nebyla žádná motivace, která na oplátku určuje skutečné chování při cestování (Lubbe, 2003). Dle Bowen a Clarke (2007) je turistické chování složitá a široce řešená záležitost a stále neexistuje žádný univerzálně dohodnutý koncept motivace turistů. Existuje mnoho modelů a klasifikací, které reprezentují různé motivy. Například přístup Abrahama Maslowa, který klade důraz na seberealizaci a zobrazení své práce jako zahrnující hierarchii potřeb, je známým modelem pro téměř každého studenta podnikání a cestovního ruchu. Tyto myšlenky jsou často citovány jako klíčové příspěvky k chápání motivace (Hsu & Huang, 2008). Krippendorf (1978) uvádí, že turisté většinou ani sami nevědí, co spouští jejich touhu cestovat, a proto nejsou schopni rozpoznat jejich motivaci.

Dle Slovníku cestovního ruchu (Zelenka a Pásková, 2012) Motivace v cestovním ruchu zahrnuje kombinaci vnitřních a vnějších stimulací vedoucích k cestování, které jsou kritériem pro výběr konkrétní formy cestovního ruchu a ovlivnění výsledku spokojenosti zákazníků.

Existuje mnoho způsobů, jak klasifikovat účastníky cestovního ruchu podle jejich motivů, které úzce souvisejí s formami CR a tím, jak se CR provádí. Mezi hlavní motivy v CR patří:

- **Regenerace:** aktivní a pasivní rekreace pobytu k relaxaci, lázeňské a ozdravné pobyty
- **Poznaní:** kultura, rozvoj osobního vzdělání, výzkum, věda, historie
- **Lidský kontakt a vazby:** přátelé, příbuzní, obchod, náboženství

Kromě motivačních faktorů existují i determinanty či motivátory, mezi které patří disponibilní příjem, volný čas, vzdělání, pracovní a rodinné povinnosti, zdraví, demografie, hodnotové systémy, etika, náboženství (Zelenka a Pásková, 2012).

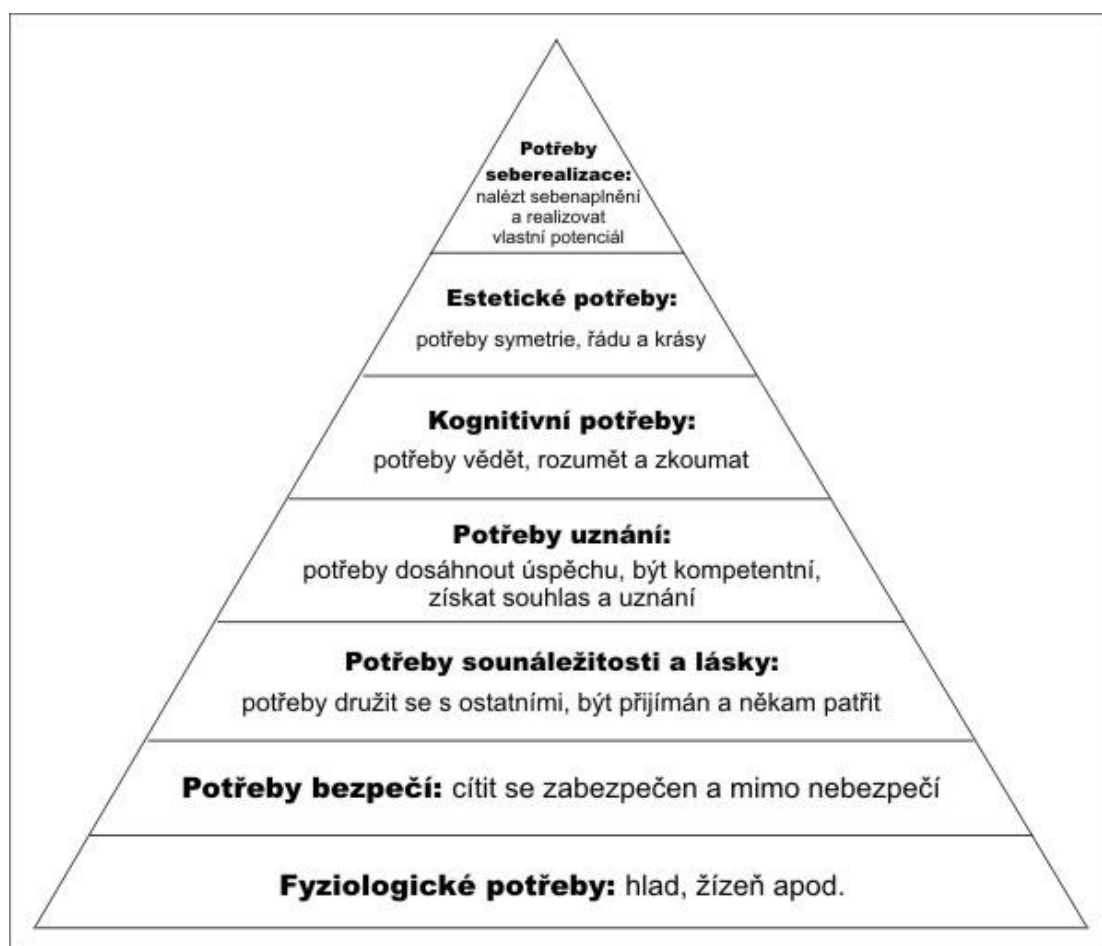
McIntosh a Goeldner (1984) shromáždili předešlé studie zabývající se motivací při cestování, a rozdělili je do čtyř kategorií:

- **Fyzické motivátory:** fyzický odpočinek, relaxace, sportovní rekreace, zdravotní pobyt
- **Kulturní motivátory: touha** po poznání rozdílných kultur – tance, hudba, náboženství, jazyk, umění, architektura
- **Interpersonální motivátory: touha** poznání nových lidí, strávený čas s rodinou a přáteli
- **Motivátory statusu a prestiže:** touha po uznání, obdivu, dobré reputaci

4.2.1 Maslowova teorie potřeb

Maslowova hierarchie potřeb je velmi často používanou teorií motivace v literatuře o cestovním ruchu. Dle Goeldner a Ritchie (2014), tato teorie poskytuje pohled na to, jak můžeme uspokojit různé lidské potřeby. Abraham Maslow původně vyvinul teorii potřeb v kontextu s oblastí klinické psychologie, ale následně se tato teorie stala vlivnou i v mnoha dalších oblastech, a to v: průmyslové a organizační psychologii, marketingu a cestovním ruchu. (Piazam a Mansfeld, 2000)

Abraham Maslow (1943) vyvinul teorii hierarchie potřeb, která klasifikuje motivace na základě pěti typů lidských potřeb: fyziologických, potřeby bezpečí, lásky, úcty a seberealizace. Abraham Maslow ve výkladu svojí teorie podotkl, že pokud nebude uspokojena žádná z potřeb z hlediska hierarchického rozložení, pak by v chování dominovaly ty nejnižší a nejzákladnější potřeby.



Obrázek 1 Maslowova pyramida
(Zdroj: J. Vysekalová, 2011)

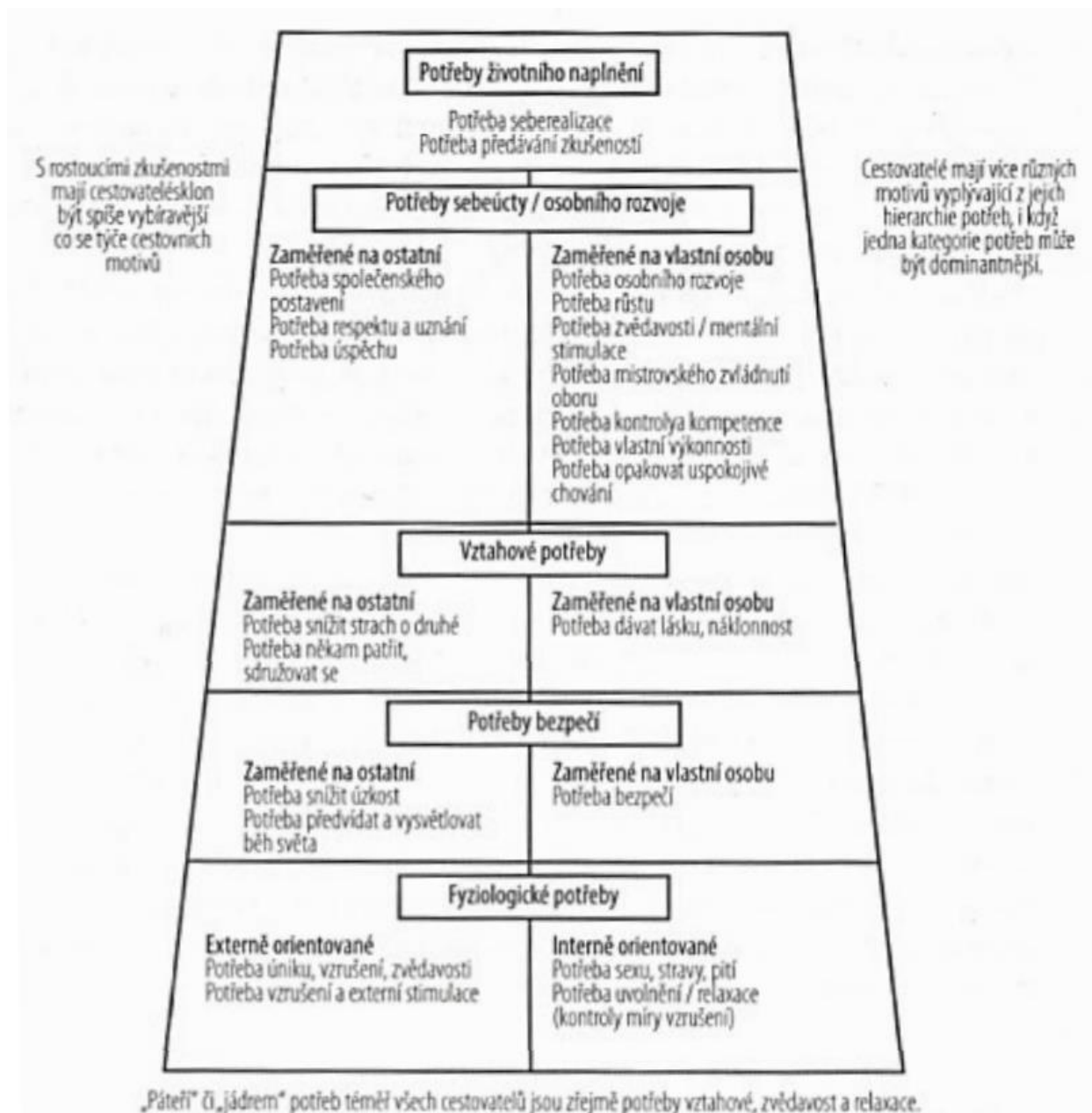
4.2.2 Model potřeb cestovatele v cestovním ruchu

Pokud budeme tyto myšlenky studovat v holistickém kontextu, mohou nám poskytnout informace o tom, jak si turisté vybírají prázdninové aktivity či zážitky na základě psychologických a dynamických charakteristik, jejich osobní síly.

Uspokojování potřeb má významnou roli v turismu, a to především z důvodu návratu turisty do určité destinace, v které byl spokojen s produktem a poskytovanými službami. Hornera a Swarbrooka (2003) uvádí, že je uspokojení turistů v cestovním ruchu velmi důležité, a to hned ze tří důvodů:

1. Vede to k pozitivnímu ústnímu doporučení služby svým přátelům a blízkým. Což vede k přínosu nových turistů v cestovním ruchu.
2. Dostatečné uspokojení zákazníka, a to při prvním použití produktu či využití služeb, přináší stálý zdroj opakovaných příjmů.
3. Řešení stížností je drahé, zdlouhavé a poškozují dobré jméno organizace. Může mít za následek přímé náklady prostřednictvím kompenzace.

Model potřeb cestovatele, který vypracoval Pearce a kol. (2005), se výrazněji zabývají turisty a jejich motivy. Dle Goeldner a Ritchie, (2014) je tento model založen na Maslowově hierarchii potřeb, takže existuje konverzační přístup, kdy musí být nejprve uspokojeny na nižší úrovni škály, než se jednotlivec vydá uspokojit potřeby na vyšší úrovni. Podle Pearce a kol. (2005) je tato teorie velmi důležitá, protože faktory vlivné na rozhodování turistů, souvisí úzce s motivací k cestování. Model potřeb cestovatele tvoří pět motivačních potřeb – fyziologické potřeby, potřeby bezpečí, vztahové potřeby, potřeby sebeúcty a seberozvoje, potřeby životního naplnění. Tento model je rozdělen na dvě části – externí a interní potřeby. Mezi externě orientované patří únik, vzrušení, zvědavost. K interně orientovaným patří relaxace, strava a pitný režim. Vrchol tohoto modelu tvoří potřeba životního naplnění neboli seberealizace, jak je to i v pyramidě potřeb podle Maslowa (1943). Autoři dále uvádějí, že s rostoucími zkušenostmi mají cestovatelé sklon být spíše vybíravější co se týče cestovních motivů.



Obrázek 2 Model potřeb cestovatele
(Zdroj: Goeldner a Ritchie, 2014)

4.2.3 Studie motivů cestování

Braun (1993) s odkazem na několik dalších autorů objasňuje výsledky a hovoří o čtyřech skupinách motivů, které vychází ze studie z roku 1961 o důvodech cestování:

[1] Potřeba zábavy a odpočinku

Je to relaxace, uvolnění fyzického a psychického stresu, úleva od podráždění, žádný spěch nikam a nikdy.

[2] Potřeba změny a vyrovnání

Cítíme snahu změnit stabilní prostředí a rutinu, objevovat nové věci, které do dnešního každodenního života nepatří, udělat něco pro sebe, dát ze sebe maximum.

[3] Potřeba uvolnit dosavadní vazby

Sociální vztahy mohou být vnímány jako obrovská zátěž a mnoho lidí se z nich potřebuje čas od času dočasně vymanit, aby si mohli dělat, co chtějí. V žádném případě to není vnímáno negativním způsobem. Odpočiňte si od rodiny, partnera, dětí a nemusíte dodržovat každodenní pravidla a řád.

[4] Potřeba prožitku a naplňování osobních zájmů

Potřeba nových a nečekaných zážitků v průběhu života, založených na objevování dosud nepoznaných míst či kultur.

Krippendorff (1987) podotkl, jak jsou důležité všechny motivační teorie cestovního ruchu. Samotné cestování je motivováno především formou „odchodu od něčeho“ než „směřováním k něčemu“. Dále jsou motivy a chování účastníků cestovního ruchu výrazně postaveny na individualitě. Autorka tyto teorie klasifikuje v osmi výkladech, proč se cestuje: způsob zotavení a regenerace, kompenzace a sociální integrace, útěk od povinností, prožití svobody a vlastního odhodlání, seberealizace a rozšíření mysli.

4.2.4 Push a Pull faktory

Crompton (1979) uvádí, že se většina studií zaměřila na motivaci lidí k cestování skrz „push a pull“ faktory. Mezi push faktory patří únik od reality, sebepoznání, relaxace, prestiž, regrese, posílení příbuzenských vztahů a sociální interakce. Pull faktory jsou označeny jako novost a vzdělání. Autoři Hsu & Huang (2008) navrhli zaměnění termínu novost, užívaného pull faktoru, za zvědavost. Samotný termín novost totiž vzájemně souvisí s potřebou dobrodružství a odlišnosti, a proto nahrazení termínu více popisuje samotnou podstatu pull faktoru. Prvek zvědavosti podle autorů spíše zaujímá push faktor.

Yiamjanya a Wongleedee (2014) zase definují pull faktory jako produkt cestovního ruchu, který definuje samotnou destinaci. Jedná se především o nabízené atrakce v jednotlivých destinacích, které lákají turisty k návštěvě. Strany podílející se na přípravě objektů cestovního ruchu v destinacích cestovního ruchu by tedy měly být kreativní, aby zajistily, že všechny atrakce zinscenované nebo autenticky provedené pro cestovní ruch budou atraktivní a jedinečné, a především odlišné od těch, které jsou prezentovány v jiných destinacích (Yiamjanya a Wongleedee, 2014).

Kim et al (2003, str. 170) tvrdili, že push faktory byly konceptualizovány jako motivační faktory nebo potřeby, které vznikají v důsledku nerovnováhy nebo napětí v motivačním systému, tedy jako faktory, které motivují nebo vytvářejí touhu cestovat.

Mannell a Iso-Ashola (1987) identifikují dva hlavní typy push and pull faktorů, a to personální a interpersonální. Naznačují, že motivace lidí cestovat, je z důvodu, aby zanechali své osobní a mezilidské problémy ve svém prostředí a pokračovali kompenzací v podobě odměny. Mannell a Iso-Ashola rozdělili odměny do dvou částí:

- **Personální** – vlastní odhodlanost, smysl pro kompetenci, výzva, vzdělání, objevování a relaxace.
- **Interpersonální** – vyplývají především ze sociální interakce.

4.2.5 Klasifikace potřeb dle Murraye

Další motivační teorie, která je součástí psychologie cestovního ruchu je Murrayova klasifikace potřeb. Goelder a Ritchie (2014) uvádí, že tato teorie nabízí značný prostor pro zkoumání potřeb a není u ní jasně dáno, že jedna potřeba musí být uspokojena, aby se člověk mohl zabývat tou další, jak je tomu v Maslowově motivační teorii potřeb. Potřebu Murray definuje „jako konstrukt označující sílu v oblasti mozku, která organizuje vnímání, myšlení, snažení a jednání v určitém směru, s cílem změnit existující neuspokojivou situaci“ (Madsen, 1972, str. 157). Witt a Wright (1992) preferují Murrayovo klasifikační schéma na místo Maslowovi hierarchie potřeb, a to z toho důvodu, že poskytuje mnohem komplexnější seznam lidských potřeb, které by mohli ovlivnit chování turistů. Z důvodu složitosti je však Murrayova teorie potřeb, v oblasti cestovního ruchu, využívána minimálně.

Ross (1998) uvádí tabulku klasifikace potřeb, které se mohou vztahovat na turisty a

Tabulka 1 A Selection of Murray's Classification of Human Needs which may be applicable to tourist behaviour

ÚSPĚCH	Pocítit dosažení těžkých cílů
DOMINANCE	Ovládnutí okolních lidí či uspořádání chování ve skupině
AUTONOMIE	Vážít si a usilovat o pocit nezávislosti
AFILIACE	Potřeba sdružování se a užívání si společnosti
ZÁBAVA	Potřeba bavit se, smát se, užívat si. Nesmí dojít k vážnému napětí
POZNÁNÍ	Zkoumání, uspokojování znalostí

(Zdroj: Ross G., 1998)

4.2.6 Escaping and Seeking model

Iso-Ahola (1982) uvádí, že chování účastníků cestovního ruchu a rekreatantů, spadá na stupnici mezi optimálním nadšením a nekonformností. To znamená, že jednotlivci hledají různé úrovně vzrušení a sdílejí potřebu vyhnout se psychickému či fyzickému vyčerpání nebo pocitu nudy. Goeldner a Ritchie (2014) uvádí, že v tomto procesu optimalizace se lidé uzavírají do sebe a připravují se na mezilidský kontakt v jinou dobu, a to především proto aby dosáhli požadované úrovně a typu sociální interakce. To však ale neznamená, že lidé vždy dosahují takového optima nebo rovnováhy, protože celý proces často selhává a vytváří více druhů interakcí a okolního stresu, než je žádoucí. I přesto rekreační cestování má značný potenciál a pomáhá jednotlivcům naplnit potřebu optimálního vzrušení a požadované úrovně sociální interakce.

Následně ve své studii Iso-Ahola (1982) identifikoval každou skupinu motivací pomocí faktorové analýzy se třemi potřebami:

Osobní útěk

- Uniknout z normálního prostředí
- Změna tempa oproti svému každodennímu životu
- Překonání špatné nálady

Mezilidský útěk

- Vyhnout se lidem, kteří mě obtěžují
- Dostat se pryč ze stresujícího sociálního prostředí
- Vyhýbat se interakcím s ostatními

Osobní hledání

- Vyprávět ostatním o svých zkušenostech
- Mít ze sebe dobrý pocit
- Zažít nové věci na vlastní kůži

Mezilidské hledání

- Být s lidmi podobných zájmů
- Trávit čas s přáteli/rodinou
- Potkat nové lidi

4.3 Prožitek

Pojem prožitek je popisován všemi psychologickými směry, a to ze subjektivního pohledu člověka a jeho prožívání života. Dle psychologa Jiřího Kirchnera (2009, str. 135) „vycházíme z předpokladu, že na kvalitu a intenzitu prožívání mají naprosto zásadní vliv emoce. Na emocích závisí, jak silný bude otisk konkrétní situace, který se uchová v našem vědomí a podvědomí, a také zda ho budeme vnímat kladně či záporně. Dále vycházíme z přesvědčení, že každý prožitek má určitou intenzitu. Intenzivní prožitky přinášejí situace, které pro nás nejsou obvyklé, jsou pro nás nové, předkládají před nás nové výzvy. Tyto situace bychom mohli nazvat dobrodružnými (přičemž dobrodružstvím může být pro každého člověka něco jiného).“

V současné době se pojem prožitek dostává do popředí a je velmi často zmiňován v populárních i seriózních vědeckých pracích. Podle psychologa Zuckermana (1978) přeloženého Kubanem (2006) využívá prožitkovost pro zatraktivnění své nabídky různé aktivity, které nejčastěji zasahují do volnočasové sféry v oblasti aktivní rekreace a sportovních aktivit. Jedná se především o skutečnost, že se velmi často setkáme s názory, že silný prožitek, je především vzrušení, které přináší určitý druh adrenalinové činnosti (Hučín, 2000).

Jak dále ve své knize uvádí Neuman (2001, str. 76-77) , že: „na základě názorů filozofů a psychologů lze generovat následující charakteristiky z různých úhlů pohledu:

- *Prožitky jsou individuální vnitřní podněty přístupné přímo jen pro toho, kdo je prožívá. Vnějšímu pozorovateli jsou pro srovnání skryté.*
- *Prožitky jiných lidí lze následovat. Pro pochopení prožitku jiné osoby se musíme s ní identifikovat a pochopit její perspektivy.*
- *Prožitky jsou schopné se vytvářet z proudů prožívání jako vzájemně ohraničené významové jednotky.*
- *Prožitky jsou subjektivní. Jejich význam je odvislý od individuálních, a proto neopakovatelných životních zkušeností toho, kdo prožívá.*

- *Prožitky jsou bezprostřední. Získaný prožitek se často i nevědomě promítá během socializace do osobnostní struktury (spojitost vnímání a pohybové činnosti).*
- *Prožitky jsou celistvé. Ve vztahu k pojmům mají nadbytečný význam, a proto se nenechají ani plně pochopit, ani prostřednictvím racionální řeči plně popsat.*
- *Prožitky jsou ztělesněné, skutečné. Vytváří se vlivem příjemných a nepříjemných emocí.*
- *Prožitky představují vystupňované prožívání. Z prožívaného se stane prožitek tehdy, když zanechá u toho, co prožívá zvláště emoční obtisk.*
- *Prožitky jsou expresivní, výrazové. Jejich expresivita nutí toho, co prožívá, k neverbálním odpovědím (spontánním nebo stylizovaným). V hlasovém projevu pak jeho forma a síla odpovídá obsahu prožívaného.*
- *Prožitky se podílí na zvyšování pocitu vlastní hodnoty. Člověk s mnoha zážitky žije obvykle rozmanitým životem.*
- *Prožitky jsou evidentní. Důrazně se prosazují. Nedá se o nich pochybovat.*
- *Prožitky jsou nezapomenutelné. Jejich emocionálnost zapřičiňuje, že zůstávají v paměti jako subjektivně významné jednotky.*
- *Prožitky nejsou ještě zkušenostmi. Zkušenost z nich získává ten, kdo je zpracoval, opakoval, refletoval v diskusi a psychosociálně integroval.*
- *Prožitky jsou neuvědomělé, mimovolné. Spíše je člověk zažije, než že je vytvoří. Člověk však může vytvářet podmínky, které zvyšují pravděpodobnost, že se mohou dostavit určité příjemné prožitky.“*

Dle Šimkové (2014) může být příliš intenzivní prožitek až riskantní. Proto z hlediska psychologie, musí přispět k tomu, aby se daný prožitek co nejvíce přiblížil potřebám a přáním zákazníka, což souvisí s jeho vnímáním „dokonalé dovolené“. Ne však všechny typy hledání senzace zahrnují riziko. Preference zábavy mohou například zahrnovat vzrušení prostřednictvím smyslové zkušenosti (Zuckerman, 1978). Dle Štýrský a Šípek (2011) je prožitek často chápán jako emoce, která v sobě nese potenciál, byť příliš širokého rázu. Bez samotného prožitku by nebylo ani cestování, protože právě prožitek funguje jako pohnutka, která nás pobízí účastnit se cestovního ruchu.

Schober (1993) rozděluje domény prožitku z oblasti cestovního ruchu na explorativní prožívání, sociální prožívání, biotické prožívání a optimalizující prožívání.

- **Explorativní prožívání:** Patří sem hledání informací a jejich zábavných kombinací, hledání, vymyšlení a objevování něčeho zvláštního, nového, tedy v protikladu k nudným chvilčkám všedního dne, zejména v podobě nakupování, zkoušení podivných jídel, cestování do tajemného či neznámého místa, znovuobjevování
- **Sociální prožívání:** Lidé se snaží dostat do kontaktu s jinými lidmi, kteří se nemohou potkat ve shonu každodenního života, chtějí si nahradit nedostatek času jeden na druhého. Jednoznačnou výhodou takových kontaktů může být jejich konečnost. Na konci návštěvy nebo pobytu spojení s ostatními skončí. Pro mnoho lidí může být taková nezávaznost velmi lákavá. Ale v zásadě na tom není nic špatného. Obecně řečeno, přesycený podněty a četnými spojeními může být takové přátelské spojení osvěžující a povznášející pro všechny zúčastněné.
- **Biotické prožívání:** Možná budete chtít také hledat neobvyklé podněty a zážitky fyzického rázu. Např. kurzy horské krajiny, plavba na člunech, rafting na divoké řece.
- **Optimalizované prožívání:** Označuje pozitivní účinky a důsledky cestování. Např. Když jsem se vrátil, byl jsem obdivován pro mou statečnost či krásné opálení. Efekt zájezdu bude prodloužen na následující všední dny.

4.3.1 Tendence k vyhledávání prožitků

Podle Zuckermana (2007), tendence k vyhledávání prožitků získává na zájmu už od roku 1960. Vyhledávání prožitků evokuje působení odvahy a touhy experimentovat v neznámých situacích s neznámými podněty. Tendence vyhledávání prožitků je především známá pod anglickým výrazem sensation seeking tendency. (Kuban, 2006) Hledání senzace lze nejefektivněji popsat jeho definicí, která je přeložena následovně: *Vyhledávání prožitků je vlastnost, která je definována jako hledání nových, komplexních a různorodých zážitků a zkušeností a intenzivní a ochotná přijímat fyzické, sociální, právní a finanční rizika kvůli této zkušenosti* (Zuckerman, 1994, str. 27). Hledání vzrušení je ztotožňováno s jedním typem hledání senzace zahrnujícím činnosti s primárním fyzickým rizikem, jako je například hledání vzrušení a dobrodružství v subškále Sensation Seeking Scale (SSS) (popsaná v Zuckerman, 1994). Psycholog Marvin Zuckerman vyvinul původní stupnici hledání senzací v roce 1964 jako součást experimentů se smyslovou deprivací, nastínil čtyři podtypy představující různé způsoby, jak je hledání pocitů vyjádřeno behaviorálně:

1. Hledání vzrušení a dobrodružství: sledování fyzických aktivit, které jsou vzrušující, neobvyklé a potenciálně nebezpečné (např. Sky-diving)

2. Hledání zkušeností: stimulace prostřednictvím mysli a smyslů; sledování neznámých a složitých environmentálních podnětů, jako je cestování nebo setkání s novými lidmi.

3. Disinhibice: hledání pocitů prostřednictvím angažovanosti s jinými lidmi; hledání příležitostí ke ztrátě zábrán zapojením se do různých sexuálních, alkoholových, drog atd.

4. Náchylnost k nudě: tendence snadno se nudit známými nebo opakujícími se situacemi nebo lidmi nebo rutinní prací.

4.4 Studentský turismus

Dle Indrová et al. (2008) se studentský turismus především týká tržního segmentu mladých účastníků cestovního ruchu. Turistika mládeže má dva aspekty, a to tedy kvalitativní a kvantitativní. Z hlediska kvality je to kvalita, zabezpečení, flexibilita a použitelnost. Kvantitativně se jedná o nárůst mladých lidí v cestovním ruchu, jejichž podíl se uplatňuje na mezinárodním cestování a ve výdajích na cestovní ruch.

UNWTO (2008) klasifikuje zájezdy mládeže nepřesahující délku více než jednoho roku podnikané ve věku od 16-29 let. Poukazuje také na skutečnost, že se tyto účastníci cestovního ruchu podrobují motivaci a číší touhou získání nových zkušeností nebo využití příležitosti naučit se něco mimo své vlastní prostředí a umožnit tak výstupu ze své komfortní zóny. Cestování je tedy pro studenty a mládež zdrojem vzdělání, kariéry a seberozvoje. Přestože je tento předpoklad o zájmu a přínosech z cestování může platit i pro cestovní ruch jiných věkových skupin, je tomuto kritériu přikládán větší význam pro mladší cestovatele.

Společná zpráva UNWTO a WYSE Travel Confederation (2011, str.8) uvádí, že komerční význam a růst segmentu zaznamenal v posledním desetiletí velmi rapidní rozvoj. Předpoklad účasti mládeže v cestovním ruchu měl v roce 2020 dosáhnout až 30 % světových mezinárodních příjezdů, ale z důvodu globální pandemie Covidu-19, která téměř zastavila cestování, nedovršil tento předpoklad svému cíli. COVID-19 však ve skutečnosti způsobil větší zájem o cestování mládeže, zejména ve sféře sólového cestování (RVandPlaya, 2022).

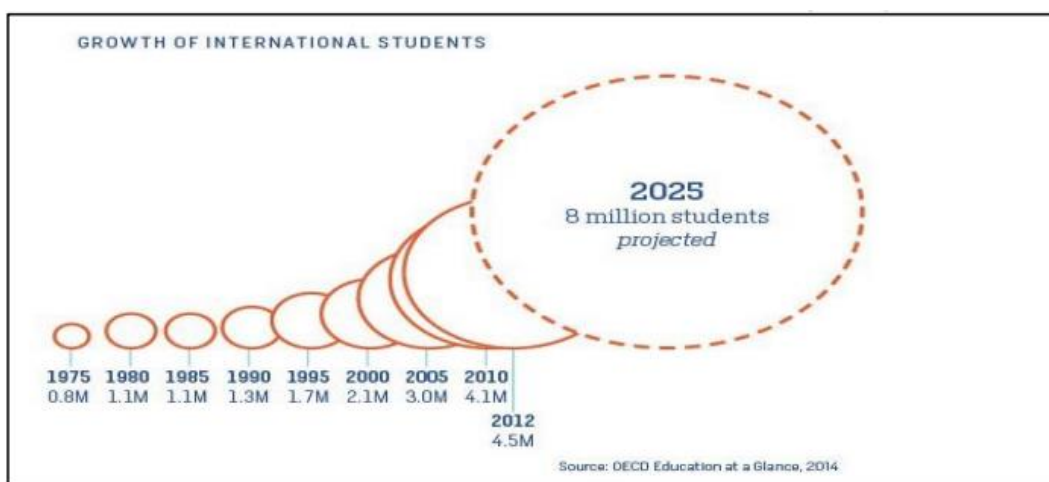
Dle konfederace WYSE Travel (2008) je cestování mládeže velmi důležité, a to z důvodu podílu na trhu budoucnosti. Jedná se nejen o budoucí rozvoj samotných mladých lidí, ale i rozvoj místa, které navštěvují.

Výzkum WYSE Travel Confederation (2008) ukazuje, že:

- Mladí cestovatelé často utrácejí více než ostatní turisté
- Mladí cestovatelé jsou přínosem pokroku a rozvoje
- Mladí cestovatelé jsou celosvětově rostoucím trhem, zatímco síla trhu segmentu starších generací v západních ekonomikách může v dlouhodobém měřítku klesat.
- U mladých lidí je méně pravděpodobné, že je odradí od cestování terorismus, politické a občanské nepokoje, nemoci nebo přírodní katastrofy
- Mladí cestovatelé jsou průkopníky, kteří objevují nové destinace
- Mladí cestovatelé jsou na vrcholu v používání nových technologií

4.4.1 Mobilita

Mezinárodní studentská mobilita pracuje se zaměřením na studenty, kteří mají zájem o zkušenost v podobě studia v zahraničí. UNESCO (2018) uvádí že zájem o vzdělání v zahraničí se za poslední desetiletí výrazně zvýšil. V roce 2017 využilo zahraniční studium více než 5 milionů studentů a odhaduje se, že toto číslo do roku 2025 dosáhne 8 milionů.



Obrázek 3 The Growth of International Student Mobility Projection 2025
(Zdroj: OECD Education at a Glance, 2014)

Podle Teichlera (2007) je v současnosti nejčastěji uváděno pět cílů mezinárodní mobility studentů. Prvním cílem je především poskytnutí možnosti studia na vysoce uznávaných univerzitách, které svou prestiží přitahují studenty z jiných zemí, kteří chtějí těžit ze studijních podmínek na vyšší úrovni kvality v porovnání s dostupností specializace domácí univerzity. Druhý cíl poukazuje na skutečnost, že studentská mobilita je často také zamýšlena jako první krok, který vede k migraci. Dalším cílem je, že někteří studenti tráví dobu studia v sousedních zemích. Tato skutečnost je pro studenty méně riskantní variantou, a to především z menších sociálních a kulturních rozdílů. Tento typ mobility má také dlouhou tradici a je zde podporovaná snaha a vytvoření a pochopení blízkých vztahů sousedních zemí. Za čtvrté, krátkodobé studium v jiných zemích za účelem poučit se z akademického a kulturně zaměřeného hlediska nabralo na síle po druhé světové válce, kdy Spojené státy podporovaly studenty ke krátkodobé výměně mezi USA a Evropou. Krátkodobá mobilita tohoto druhu funguje nejlépe, pokud je mobilita „horizontální“, tedy pokud je kvalita studijních programů a úroveň kompetencí mezi studenty domovské a hostitelské země na podobné úrovni. V neposlední řadě tyto cíle sehrály významnou roli, když byla v roce 1987 zahájena podpora ERASMUS pro krátkodobou mobilitu v rámci Evropy.

Evropská komise (2014) na svých stránkách uvádí, že absolvování studia v zahraničí může nabídnout kladné výhody v budoucnosti studenta. Jedná se totiž o mobilitu studentů v Evropě, která je považována za politický nástroj pro posílení hospodářského rozvoje a integrace v Evropě. Předpokládá se však, že mezinárodní mobilita studentů (ISM) má pozitivní výsledky pro jednotlivé studenty, přičemž jedním z těchto efektů je zlepšení zaměstnatelnosti. Přání lepších vyhlídek na zaměstnání je také hlavní motivací ke studiu v zahraničí pro samotné studenty. Model push-pull se široce používá k vysvětlení logiky mobility na západ, kde jsou studenti: „vytlačeni“ z jejich domovské země kvůli chudým ekonomikám, nedostatečným vzdělávacím zdrojům, nedostatku pracovních příležitostí a politické nestabilitě; a jsou „přitaženi“ k přístupu ke kvalitnímu vzdělání, rozmanité kultuře, poskytování anglického jazyka a ekonomické a sociální dynamice v zemích s vyššími příjmy (Lee, 2017).

V současné době využívá mobility přes 11 000 studentů z České Republiky a přes 45 000 studentů ze zahraničí využívají mobility na území Česka (UNESCO, 2022)

4.4.2 Trendy mezinárodní vzdělávací mobility

Současné trendy naznačují, že se mobilita studentů neustále proměňuje a studenti zemí s obecně nižšími příjmy, již necestují pouze na západ, ale i do zemí ekonomicky vyspělých. Dle NAFSA (2020) mezi klíčové faktory, které ovlivňují měnící se trendy v mobilitě studentů a dopad na mezinárodní studentský trh, patří saturace titulů, geopolitika či dopad pandemie COVID-19, která dramaticky ovlivnila mezinárodní mobilitu studentů v roce 2020. Následný pokles počtu mezinárodních studentů přispěl k finančním problémům univerzit, které se silně spoléhají na příjmy z mezinárodních studentských poplatků. Například vyšší U.S vzdělávací instituce ohlásily ztrátu téměř 700 milionů dolarů v důsledku snížení počtu mezinárodních studentů. Podobně British Council (2020) uvádí, že 39 % čínských studentů, kteří zvažovali studium ve Spojeném království, si není jisti, zda své studijní plány zrušit. Hluboký dopad pandemie vyvolal zásadní otázky ohledně internacionalizace vzdělávání a toho, co mohou dělat univerzity.

4.4.3 Program Erasmus+

Erasmus je program, který nabízí neobyčejné zážitky a student po jeho účasti získá obohacující zahraniční zkušenost, kterou může využít i ve sféře budoucí pracovní nabídky.

Dle webových stránek Erasmus+ se jedná o program, který má za cíl zvýšit kvalitu vzdělání, nárůst kvalifikace a rozvoj dovedností je program Erasmus+. Erasmus+ funguje již od roku 1987 jako výměnný program pro studenty vysokých škol. Již od prvního roku se účastnilo výměnného pobytu 3200 studentů z 11 evropských zemí (Dánsko, Řecko, Belgie, Německo, Portugalsko, Nizozemsko, Itálie, Francie, Irsko, Španělsko a Spojené království) a tento program se nadále rozrůstá.

Podle Brdka a Výchové (2004, str. 41 a 42) je program Erasmus „největším evropským kooperativním programem ve vysokoškolském vzdělávání. V rámci tohoto programu spolupracují univerzity z EU, EFTA a evropských zemí. "

Program Evropské Unie poskytuje délku studia v zahraničí po dobu od 3 měsíců do 12 měsíců. Studium v zahraničí navyšuje šanci na zaměstnání s lepším pracovním ohodnocením. Nabízí spoustu příležitostí, a to jak ve zdokonalení znalosti cizího jazyka, nezávislosti, seberealizace nebo poznání kulturních rozdílů ve společnosti. Pro mnoho lidí je studium v zahraničí nezapomenutelnou částí života.

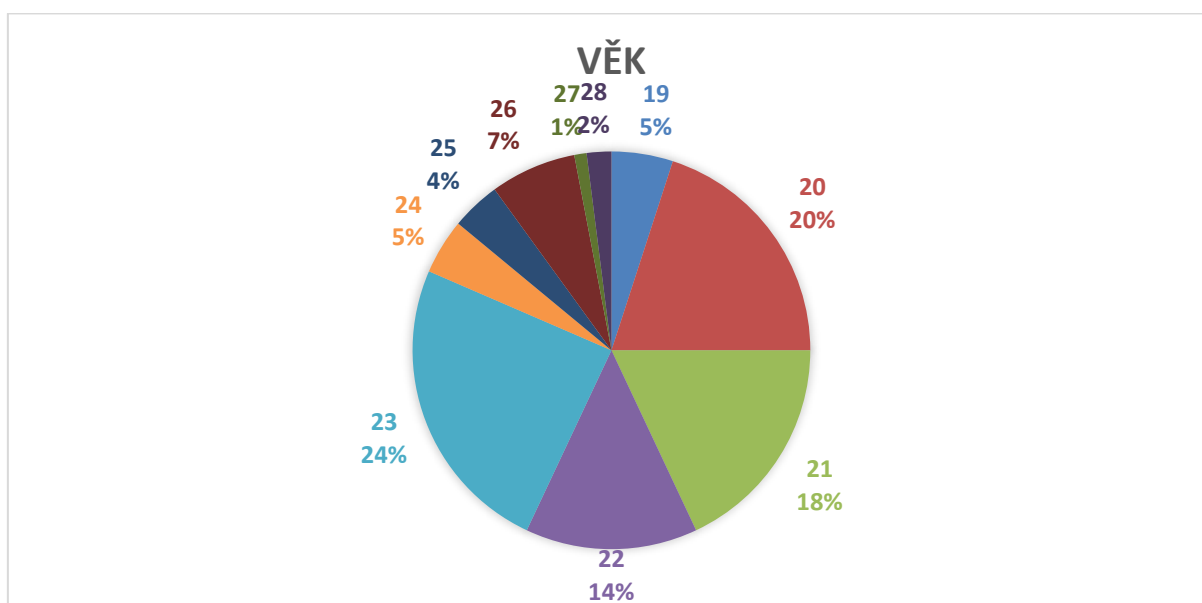
V období 2021–2027 se podle oficiálních webových stránek Erasmus+ klade velký důraz na sociální začleňování, ekologickou a digitální transformaci a podporu účasti mladých lidí na demokratickém životě.

V Parey & Waldinger (2011) byl v rámci Evropy zkoumán efekt zavedení programu ERASMUS+ v Německu na mezinárodním trhu práce mobilitu v pozdějším věku a zjistilo významný odkaz: Studium v zahraničí zvyšuje o 15–20 % pravděpodobnost, že jednotlivec bude pracovat v zahraničí. To naznačuje, že program ERASMUS je účinným politickým nástrojem stimulovat mezinárodní mobilitu trhu práce v rámci Evropy.

5 Praktická část

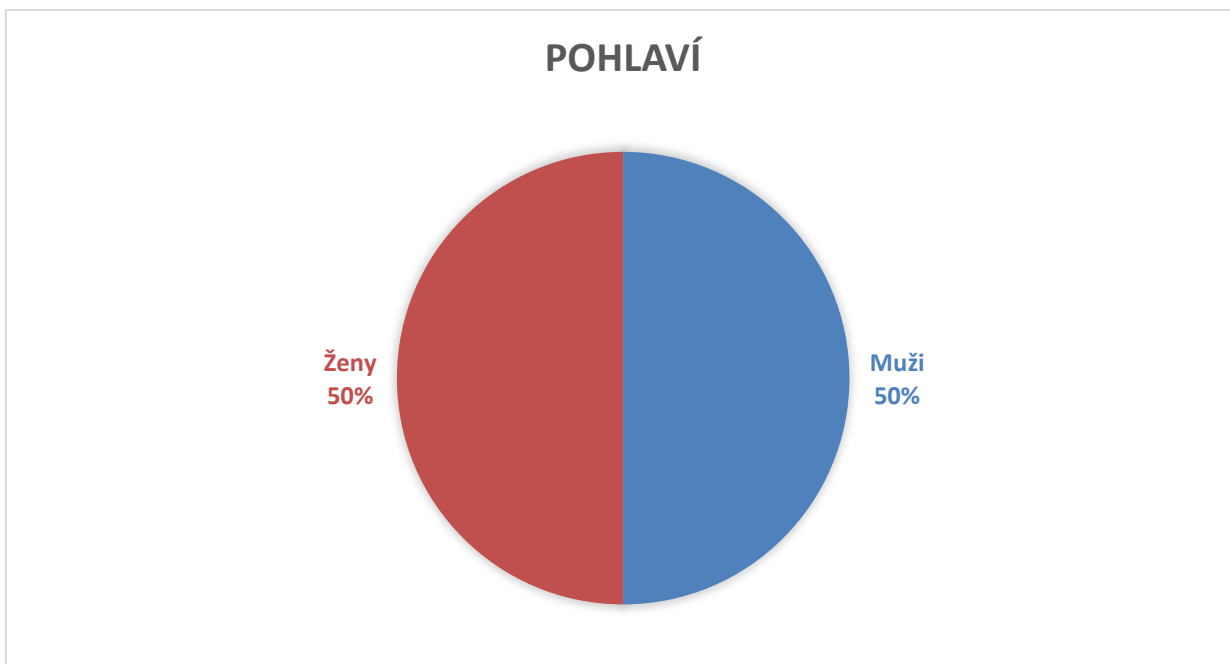
5.1 Výzkum

Výzkumným souborem realizované studie byli mezinárodní studenti vysokých škol ve věkovém rozmezí 19-28 let. Kromě věku zde hrála roli taky národnost a rovnoměrné rozložení pohlaví dotazovaných. Výzkumného šetření se zúčastnilo celkem 200 respondentů a respondentek vysokoškolského studia



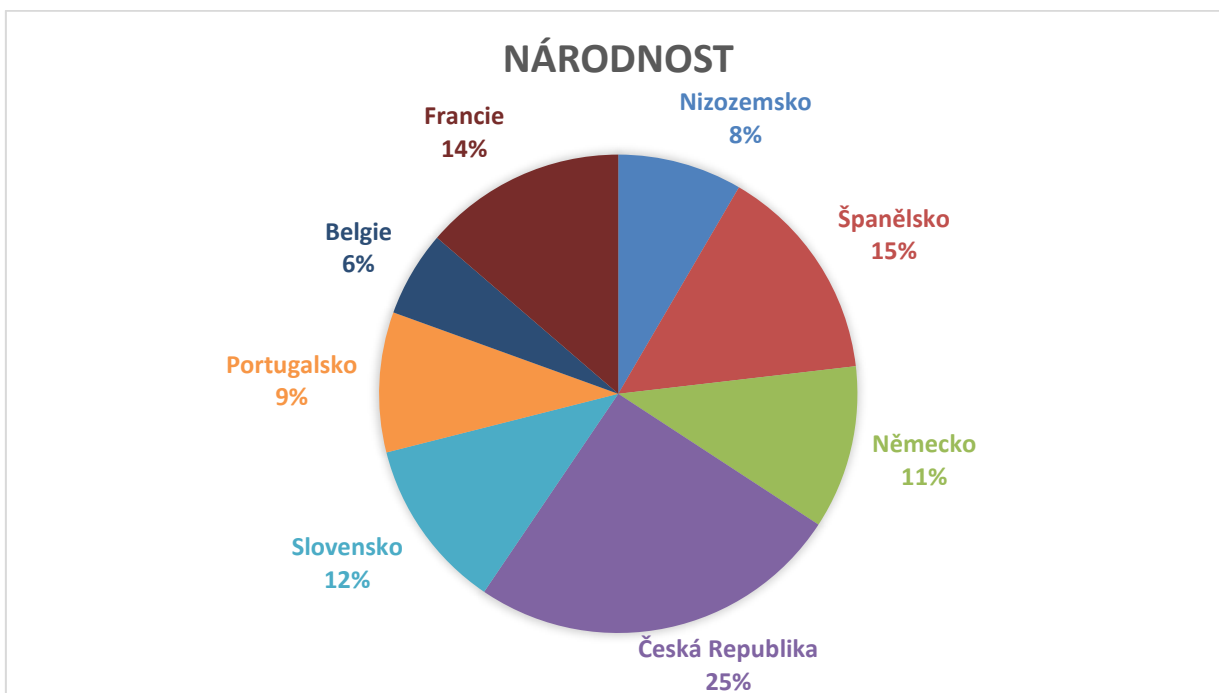
Obrázek 4 Věkové rozložení respondentů

V České republice je průměrný věk studenta univerzity mezi 19-25 lety. Vzhledem k účasti studentů na programu Erasmus+, kterým bylo i 28 let, byla tedy potřeba věkovou hranici výzkumného souboru zvýšit. Studenti s vyšším věkem většinou přerušili, či prodloužili délku svého studia.



Obrázek 5 Rozložení respondentů podle pohlaví

Z důvodu komparace odpovědí a výzkumu porovnání motivů u žen a mužů, byla potřeba podrobit výzkumu stejně početná skupina zastoupená oběma pohlavími. Výzkumu se účastnilo tedy 50 mužů a 50 žen se zkušeností s Erasmem+.



Obrázek 6 Rozložení respondentů podle národnosti

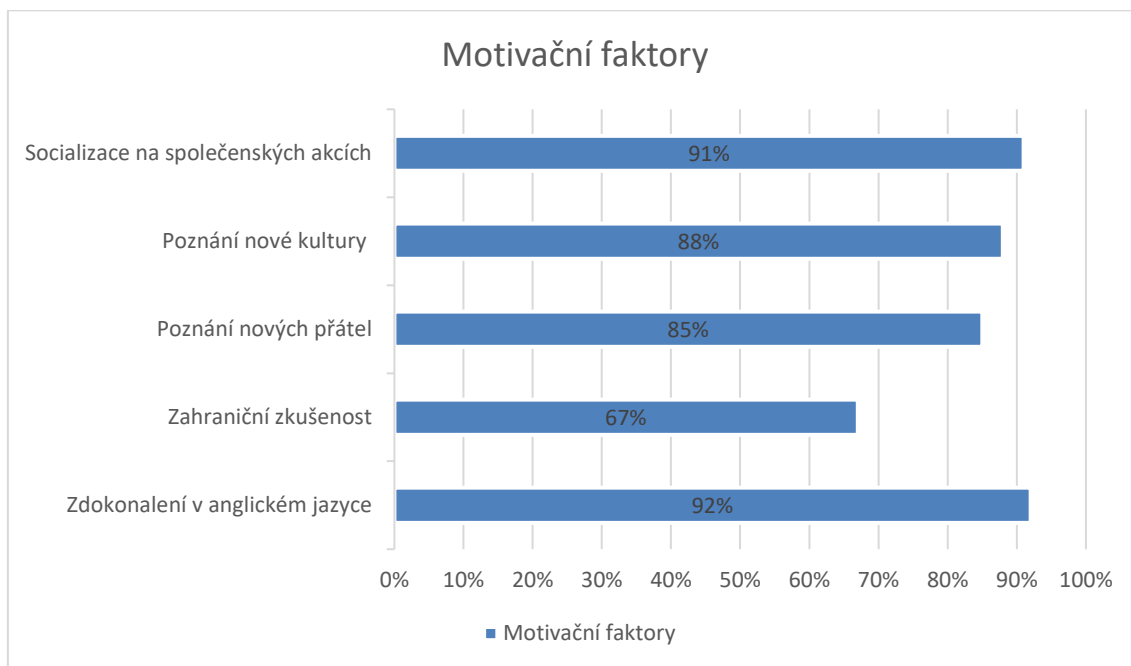
Do výzkumu se zapojili mezinárodní studenti z osmi zemí Evropské unie. Největší zastoupení studentů ze zahraničí bylo u Španělské národnosti (15 %) a nejmenší zastoupení respondentů bylo z Belgie (6 %). Mezi další zúčastněné národnosti patří studenti z České republiky (25 %), Francie (14 %), Slovenska (12 %), Německa (11 %), Portugalska (9 %) a Nizozemska (8 %).

5.2 Motivy účasti na programu Erasmus+

Ve výzkumu se došlo k výsledkům za pomoci respondentů z vysokých škol účastněných na programu Erasmus+ a byly rozebrány jednotlivé odpovědi týkající se jejich motivace při rozhodování o účasti na této krátkodobé mobilitě. Následné výsledky byly porovnány podle mužského a ženského pohlaví. Nejčastěji zmiňované odpovědi jsou vypsány v grafu na obrázku číslo 7. Pro vyhodnocení bylo této otázce podrobena 50 žen a 50 mužů se zkušeností se zahraničním pobytem.

Výzkum byl proveden formou otevřené odpovědi s požadavkem na pět osobních motivačních faktorů pro volbu studia v zahraničí přes program Erasmus+. Následné výsledky se autorka práce rozhodl přeložit na základě vlastních znalostí anglického jazyka a analyticky zobecnit do pěti kategorií nejčastěji zmíněných, které se daly znázornit takto: Poznání nových přátel, poznání nové kultury, zdokonalení v anglickém jazyce, zahraniční zkušenost a socializace na společenských akcích. Ve výzkumu se často objevovaly motivy poznání nových přátel, které byly formulovány například jako: „poznání nových přátel, senzační lidé, poznání nových lidí nebo zahraniční přátelé“, viz graf číslo 4. U skupiny poznání nové kultury se vyskytovaly pojmy jako objevování kulturních rozdílů, poznání kulturních zvyků, hluboký průzkum kultury a další“. Velmi často bylo i zmínění zdokonalení v anglickém jazyce, což je pro studium v zahraničí velmi důležité. Do kategorie anglického jazyka bylo zařazeno: zdokonalení, procvičení, naučení nebo zlepšení dovedností v anglickém jazyce. Nedílnou součástí je i kategorie zahraniční zkušenosti, která byla popsána jako unikátní zkušenost v zahraničí nebo zkušenost v cestování. Poslední zobecněná kategorie se týkala socializace na společenských akcích. Tento aspekt byl velmi často zmíněn z důvodu pandemie Covidu-19, která na určitou dobu omezila konání společenských eventů a setkávání lidí v hojnějším

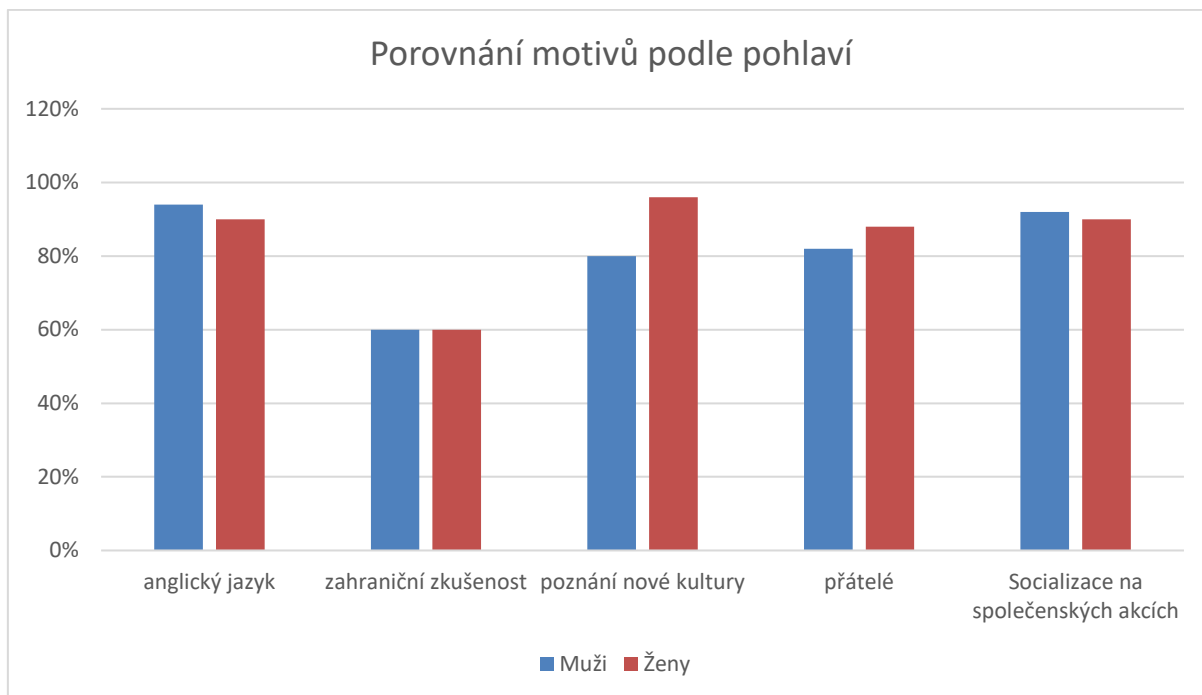
počtu. Respondenti zmiňovali tento problém v souvislosti s pandemií jako, nedostatek socializace nebo potřebu účasti na „párty“. Mezi další zmíněné motivační faktory patřil, útěk od stereotypu a reality, lepší šance při hledání práce nebo stáže v budoucnu, odpočinek od domova, prožitek snu, počasí a klima nebo taky životní výzva a vystoupení z komfortní zóny.



Obrázek 7 Motivační faktory

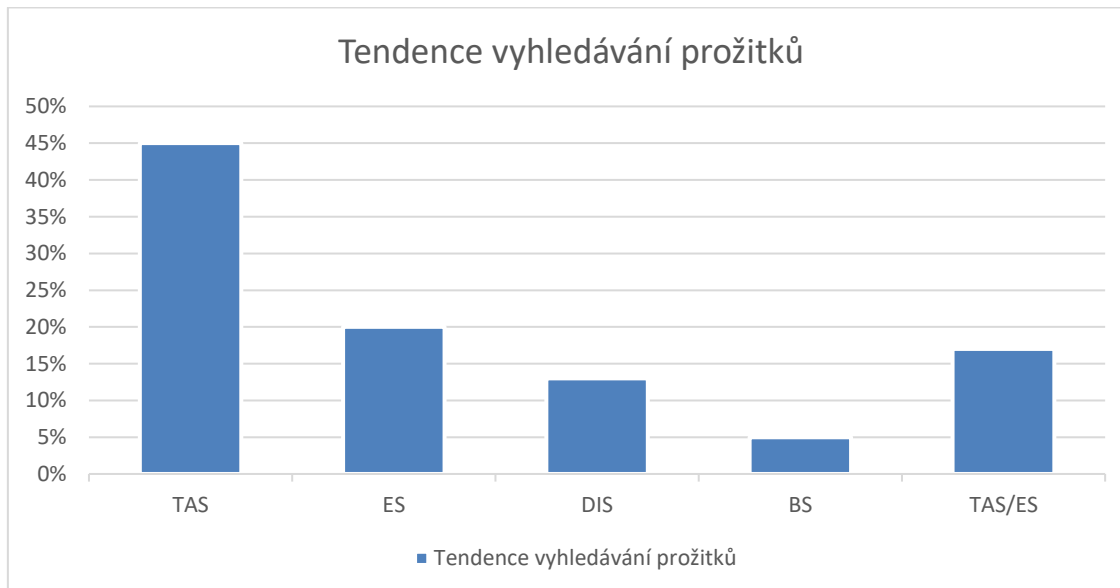
Rozdíly mezi motivy u ženského a mužského pohlaví

Na základě nejčastěji zmíněných motivačních faktorů, byla provedena komparace u 50 mužů a 50 žen se zkušenosti v výjezdem přes program Erasmus+. U respondentů mužského pohlaví byl nejčastěji zmíněn motiv zdokonalení v anglickém jazyce (94 %) a motiv socializace na společenských akcích (90 %). Zatímco u respondentů ženského pohlaví převažoval motiv poznání nové kultury (96 %). Nejméně často zmíněnou položkou byla zahraniční zkušenost, a to u obou pohlaví. Vysoké opakování motivu socializace na společenských akcích, zapříčinila především pandemie Covidu-19, který omezil cestování a společenské akce.



Obrázek 8 Komparace motivačních faktorů u mužů a žen

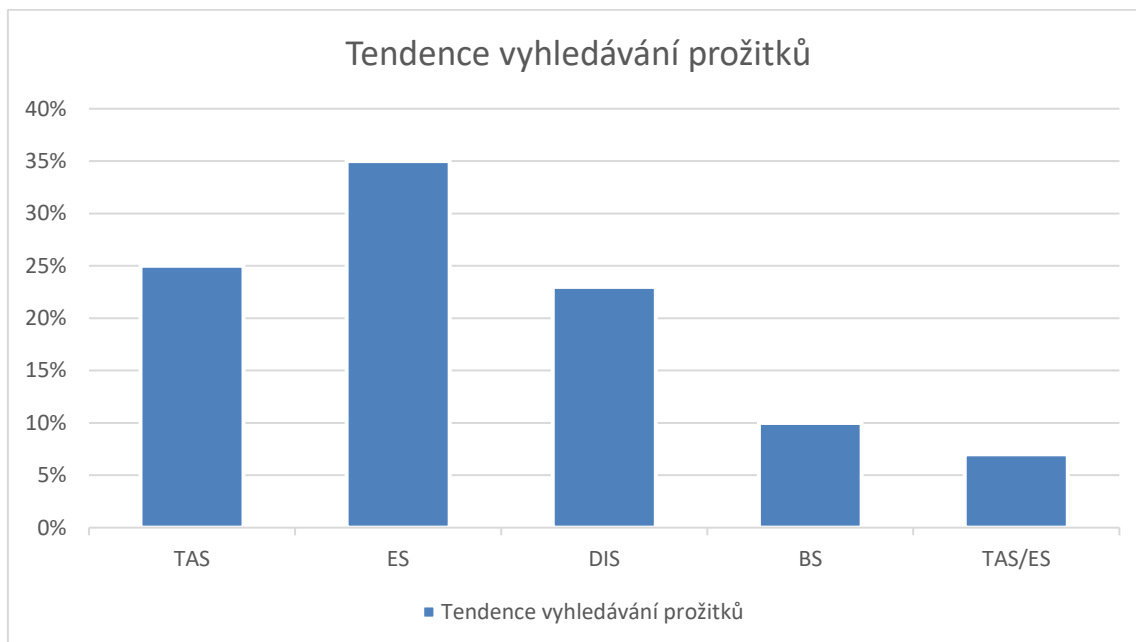
5.3 Tendence vyhledávání prožitků



Obrázek 9 Tendence vyhledávání prožitků u skupiny se zkušeností s Erasmem+

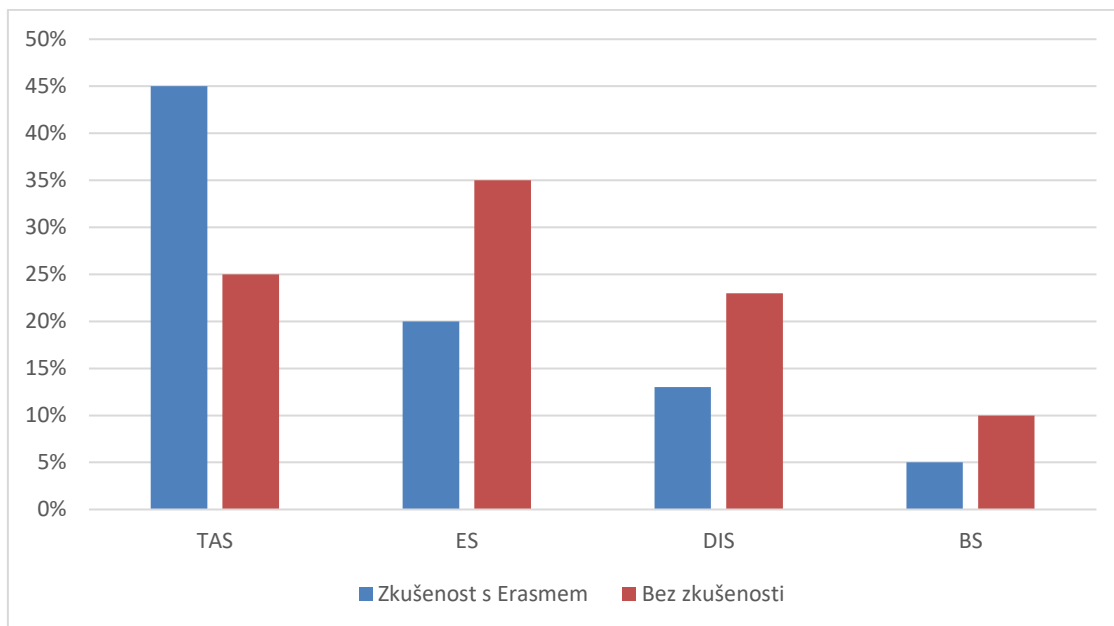
Výše uvedený graf znázorňující odpovědi studentů se zkušeností s Erasmem+ se nejčastěji prokázal v tendenci vyhledávání napětí a dobrodružství (TAS). Druhá nejčastěji zmiňovaná podškála byla tendence vyhledávání zkušeností (ES).

Následovala tendence disinhibice (Dis) a tendence vnímavosti nudy (BS). Častou podškálou byla taky podskupina v kombinaci s TAS a ES, která nebyla již zařazena do porovnávání mezi jednotlivými tendencemi.



Obrázek 10 Tendence vyhledávání prožitků u skupiny bez zkušeností s Erasmem+

Graf v obrázku číslo 7 znázorňující porovnání tendencí vyhledávání prožitku u skupiny studentů bez zkušenosti se zahraničním pobytem vykazuje jako nejčastější tendenci u této skupiny studentů právě vyhledávání zkušeností (ES). Další nejhojnější zastoupení vykazovaly tendence s vyhledáváním rizika a dobrodružství (TAS). Této tendenci konkurovala s nepatrně nižším rozdílem tendence disinhibice (Dis). Poslední významnou zkoumanou podškálou v dotazníku byla vnímavost nudy jakožto aspekt s averzí k stereotypnímu prožívání. Při výzkumu tendencí vznikla u 7 % respondentů podskupina vyhledávání rizika a dobrodružství (TAS) v kombinaci s vyhledáváním zkušeností (ES), která však nebyla zařazena do výsledného porovnávání zkoumaných skupin, z důvodu zkoumání jen jednotlivých podškál a ne jejich kombinací.



Obrázek 11 Komparace zkoumaných skupin

Pro účely výzkumu byl vzorek rozdělen do dvou výzkumných souborů, a to na skupinu se zkušeností se zahraničním studijním pobytem a na skupinu bez zkušenosti se zahraničním programem. Celkový počet respondentů zúčastněných výzkumu byl 200. Počet vysokoškolských studentů byl z důvodu porovnávání rovnoměrný, a to s počtem 100 respondentů na zkoumanou skupinu. Při shromažďování výsledku se vyskytla i podskupina kombinace vyhledávání napětí a dobrodružství (TAS) se skupinou vyhledávání zkušeností (ES). Tato podskupina však nebyla zařazena do porovnávání z důvodu využití výsledků jen ze 100 % tendencí vyhledávání prožitků dané skupiny. U tendence vyhledávání napětí a dobrodružství (TAS) byla podškála větší u studentu se zkušeností s Erasmem+ (45 %) oproti skupině bez zkušenosti (25 %). U skupiny bez zkušenosti se zahraničním pobytem dominovala podškála tendence vyhledávání zkušeností (35 %).

6 Shrnutí výsledků

Bakalářská práce popisuje základní motivační teorie v oboru psychologie cestovního ruchu a teorii tendence k vyhledávání prožitků v oblasti cestovního ruchu. Porozumění potřebám a tendencím účastníků cestovního ruchu je potřebné k následnému zkoumání a porovnávání souvislostí. Z důvodu porovnání souvislostí byla využita stejná účast respondentů u obou pohlaví.

VO1: Jaké jsou nejčastější motivy výjezdu na program Erasmus+?

Z doložených odpovědí bylo vybráno pět nejčastěji opakovaných motivů cesty do zahraničí. Mezi nejčastěji zmiňované motivy pro výjezd na krátkodobou mobilitu Erasmus+ patří: zdokonalení v anglickém jazyce 92 %, zahraniční zkušenost 67 %, poznání nové kultury 88 %, poznání nových přátel 85 %, socializace na společenských akcích 92 %.

Data byla vyhodnocována na základě nejčastějších odpovědí u otázky motivů, které ovlivňují výjezd účastníků Erasmu+. Pro vyhodnocení bylo této otázce podrobena 50 žen a 50 mužů se zkušeností se zahraničním pobytem, a to z důvodu využití metody porovnání.

VO2: Jaké jsou rozdíly mezi motivy u ženského a mužského pohlaví?

U respondentů mužského pohlaví byly nejčastěji zmíněn motiv zdokonalení v anglickém jazyce (94 %) motiv socializace na společenských akcích (92 %). Zatímco u respondentů ženského pohlaví převažoval motiv poznání nové kultury (96 %), který u mužského pohlaví. Nejnižší počet u obou pohlaví měla položka s motivačním faktorem týkajícím se zahraniční zkušenosti.

VO3: Jaké jsou rozdíly mezi skupinou, která má zkušenost s Erasmem+ a mezi skupinou bez zkušeností?

U studentů se zkušeností s programem Erasmus+ se nejčastěji objevila tendence vyhledávání napětí a dobrodružství (TAS). Mladí lidé, kteří se účastní zahraničního pobytu mají tedy touhu po riziku či fyzické, sportovní aktivitě. Druhá nejčastěji vyskytovaná tendence byla podškála vyhledávání zkušeností (ES), což souvisí se

samotnou účastí v zahraničí a touhou vyhledávat nové zážitky formou myslí a smyslů. Tendence disinhibice (Dis) a vnímavosti nudy (BS) byly u dosažených výsledku méně časté.

Studenti bez zkušenosti se zahraničním pobytem tíhnou nejvíce k tendenci vyhledávání zkušeností (ES). Tato podškála se týká především seznamování se s netradiční společností lidí, poznání gastronomie, zkoušení návykových látek a umění. Dále následovala tendence podškály vyhledávání napětí a dobrodružství (TAS), kterou s ne moc velkým rozdílem následovala disinhibice (Dis), se zaměřením na prožitky s dávkou respektu vůči sociálním a morálním normám. Jako u studentu se zkušeností s Erasmus+ se jako nejméně častá vyskytla tendence vnímavosti nudy (BS), a to především z důvodu, že mladí lidé jsou více otevřeni novým zážitkům a zkušenostem, a neopovrhují tedy novým prožitkům.

Rozdíly mezi dvěma zkoumanými skupinami jsou tedy především v tom, že studenti se zahraničním pobytem Erasmus+ se nebojí rizika a dobrodružství, které je potká v zahraničí a taky se nebrání novým zkušenostem, které na ně v zahraničí čekají. Tendenci vyhledávání zkušeností projevila i skupina bez zkušenosti se zahraničním pobytem, ale mezi tendencí vyhledávání rizika a tendencí disinhibice byl jen nepatrný rozdíl 2 %. U obou porovnávaných skupin se nejméně vyskytovala tendence vnímavosti nudy (BS).

6.1 Diskuze výsledků

Motivační faktory jsou nedílnou součástí rozhodovacího procesu, je tedy důležité znát jednotlivé motivátory vysokoškolských studentů. Mezi výsledných pět motivačních faktorů bylo zařazeno: zdokonalení v anglickém jazyce, poznání nové kultury, poznání nových přátel, zahraniční zkušenost a socializace na společenských akcích. Motivačními faktory se taky zabývala studie UNWTO Youth Travel Matters (2008) a to za účelem poznání mladých cestovatelů. Motivátory v této studii postrádaly socializaci na společenských akcích. Tento výzkum však doplňuje motivační faktory: zvýšení vědomostí, poznání sama sebe, vydělání peněz, zanechání odkazu v místě destinace a další. Doplněním výzkumu v této bakalářské práci bylo porovnání motivačních faktorů mezi ženami a muži. Tento výzkum prokázal, že nejsou ve výsledcích zásadní rozdíly mezi jednotlivými motivačními aspekty a že pohlaví nehraje ve studii zásadní roli.

Z hlediska výzkumu u tendence vyhledávání prožitků, která využila formu dotazníku s názvem Test zájmů a zálib formy SSS-V (Zuckerman 1978, dle Kuban 2006) nebyla provedena odlišnost u pohlaví, z důvodu nepodstatné role ve výzkumu a využití globálního pohledu na zkoumané skupiny. Burnik (2008) totiž ve své studii uvádí, že se žádný rozdíl v tendenci vyhledávání prožitků, s ohledem na pohlaví, nevyskytuje. Tohoto zjištění dosáhl u využití dotazníku zkoumané skupiny slovinských horolezců a horolezkyň. Výsledky tohoto výzkumu jasně určily, že tendence z hlediska vyhledávání dobrodružství a rizika se s největším počtem umístila u skupiny respondentů se zkušeností na Erasmus+. Na programu Erasmus+ se můžete potkat s širokou škálou různých osobností, a i přesto tyto lidi spojuje především touha riskovat a vyjít ze své komfortní zóny. Studenti bez účasti na studijním zahraničním pobytu především dominovali u tendence vyhledávání zkušeností. Tento výsledek, je velmi zajímavý, protože se týká i zahraničních zkušeností, kterou studenti v podobě programu Erasmus+ nevyužili. Možnost volby padla na získání zkušenosti jiným subjektivním způsobem. U obou zkoumaných skupin byla nejnižší míra tendence u vnímavosti nudy, která odmítá příjem nových aspektů tykajících se prožitkovosti. (Zuckerman 1789, dle Kuban 2006)

7 Závěry a doporučení

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit nejčastější motivační faktory mladých lidí, jež cestují do zahraničí přes program Erasmus+ a porovnat motivy mezi pohlavím. Primární pozornost byla taky zaměřena na zjištění a porovnání tendencí vyhledávání prožitků u respondentů se zkušeností a u respondentů bez zkušenosti se zahraničním studiem přes program Erasmus+.

Erasmus+ je důležitým nástrojem Evropské unie, pro zvýšení mobility studia v zahraničí. Mezi motivační faktory související s jeho výjezdem bylo zařazeno pět nejčastějších, a to zdokonalení anglického jazyka, získání zahraniční zkušenosti, poznání nové kultury a přátel, socializace na společenských akcích. Při následném porovnání motivů u žen a mužů se došlo k závěru, že u obou zkoumaných aspektů nedochází k velmi rozdílným odpovědím v motivaci o účasti na studijním pobytu v zahraničí. U žen byl nejčastěji zmíněn motiv poznání nové kultury a u mužů se dělil o nejčastěji zmíněné místo motiv zdokonalení anglického jazyka a socializace na společenských akcích. Studenti tyto aspekty mohou vnímat jako potenciální výhodu při budoucí kariéře.

Dalším cílem bakalářské práce bylo zjištění tendencí vyhledávání prožitků v oboru cestovního ruchu. Respondenti, kteří byli pouze účastníci programu Erasmus+ byli podrobena standardizovanému dotazníku zájmů a zálib od psychologa Marvinina Zuckermana. V daném výzkumu došlo k závěru, že skupina se zkušeností na Erasmus+ má největší tendenci vyhledávat riziko a dobrodružství a dokážou se tedy lépe adaptovat na kulturně neznámé podmínky. Druhá zkoumaná skupina zase projevila nejpočetnější tendenci ve vyhledávání zkušeností, což poukazuje na fakt, že se zkušenosti mohou získávat kdekoliv, a to bez potřeby účasti na mobilitě Erasmus+. U obou zkoumaných skupiny byla nejméně vyskytlá tendence vnímavosti nudy, a to především z důvodu, že věk 19-28 let je nejpravděpodobnější pro získávání nových zážitků a zkušeností, což tato tendence podle Zuckermana (2007) vyvrací.

Práce přináší bližší pohled na zkoumanou skupinu respondentů a jejich porovnání mezi mezinárodními studenty se zkušeností na programu Erasmus+ a bez zkušenosti. Bakalářská práce může posloužit v nadcházejících studiích a strategiích

pracujících s tímto typem vysokoškolských studentů se zaměřením na studijní program v zahraničí Erasmus+ z psychologického hlediska. Autorka práce chtěla poukázat na důležitost oboru psychologie v cestovním ruchu, který ještě není dostatečně prozkoumaný.

8 Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje

- [1] Bowen, D. & Clarke, J., Contemporary Tourist Behaviour: Yourself and Other as Tourists. CABI. 2007.
- [2] BRAUN, O.L. (Urlaubs-)Reisemotive. In: Hahn, H.,Kagelmann, H.J. (Hg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. München: Quintessenz,1993. ISBN 3-86128-153-8, str. 199-207.
- [3] BRDEK, Miroslav a Helena VYCHOVÁ. Evropská vzdělávací politika. ASPI. 2004. ISBN 80-86395-96-0
- [4] British Council. (BC). HE Institutions Face 'Battle' for Chinese Students as 39 Per cent of Applicants Unsure about Cancelling Study Plans. [online]. 2020 [cit.14.12.2022]. Dostupné z: <https://www.britishcouncil.org/contact/press/higher-education-chinese-studentscovid-report>
- [5] BURNIK, Stojan; JUG, Snežana; KAJTNA, Tanja. Sensation seeking in slovenian female and male mountain climbers. Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Gymnica. 2008, 38, 3, s. 15-20. ISSN 12121185
- [6] FURNHAM, A., 50 Psychology ideas you really need to know. London: Quercus. 2008.
- [7] VYSEKALOVÁ, J. et. al. Chování zákazníka. 2011. ISBN 978-80-247-3528-3
- [8] GOELDNER, Charles a J.R Brent RICHIE. Cestovní ruch – principy, příklady, trendy. Brno. 2014. ISBN 978-80-251-2595-3
- [9] HOMOLA, M., Motivace lidského chování. Praha, Czechia: Státní pedagogické nakladatelství. 1972.

- [10] HORNER, S. & SWARBROOKE, J., Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada. 2003.
- [11] HSU, C. H. & Huang, S. Travel motivation: A critical review of the concept's development. In A. Woodside & D. Martin, *Tourism management: Analysis, Behaviour and Strategy* (14-27). Wallingford: CABI. 2008.
- [12] HUČÍN, Jakub., Jiný stav přináší i jiný svět. *Psychologie dnes*. 2000. ISSN 1212-9607.
- [13] ISO-AHOLA, S. E., Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 1982. 256-262.
- [14] JAFARI, J. & Brent RITCHIE, J. R., Toward a framework for tourism education: Problems and prospects. *Annals of Tourism Research*. 1981.
- [15] KIM, S., Lee, C., and Klenosky, D. B., 'The Influence of Push and Pull Factors at Korean National Parks', *Tourism Management*, 2003. 169-180.
- [16] KIRCHNER, J., *Psychologie prožitku a dobrodružství: pro pedagogiku a psychoterapii*. (Vyd. 1., str. 135) Brno: Computer Press. 2009.
- [17] KRIPPENDORF, J. *The Holidaymakers* London: Heinemann. 1987.
- [18] KUBAN, Jiří. *Tendence k vyhledávání prožitku a její diagnostika*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2006. ISBN 80-7041-643-2.
- [19] LUBBE, B., *Tourism Management in Southern Africa*. Pearson Education South Africa. 2003.
- [20] MADSEN, K.B., *Teorie motivace: srovnávací studie moderních teorií motivace*. Přeložil Eduard Bakalář. Praha: Academia. 1972.
- [21] MANELL, R. C. & Iso-Ahola, S. E., Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of tourism research*. 1987.

- [22] MARTIN, N., Carlson, N. and Buskist, W., *Psychology*. 3rd ed. London: Pearson Education Limited. 2007. ISBN 978-0-273-7186-8
- [23] MASLOW, A. H., A theory of human motivation. *Psychological Review*. 1943.
- [24] MCINTOSH, R. & Goeldner, C., *Tourism Principle, Practices, Philosophies*, (4th ed). Columbus, Ohio: Grid Publishing Inc.,1984.
- [25] MURRAY, H.A., *Explorations in Personality*. New York: Oxford University Press. 1938.
- [26] NEUMAN, Jan. Úvaha o výchově prožitku. In KIRCHNER, J; HOGENOVÁ, A., (Eds.), *Prožitek v kontextu dnešní doby*. Praha: Univerzita Karlova FTVS, 2001. str. 76–77.
- [27] PAREY, M., WALDINGER, F., *Studying Abroad and the Effect on International Labour Market Mobility: Evidence from the Introduction of ERASMUS**. *The Economic Journal*. 2011.
- [28] PEARCE, P. L. & CALTABINO, M. L., *Inferring travel motivation from travelers' experience*. *Journal of Travel Research*. 1983.
- [29] PEARCE, P. L., *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Oxford: Pergamon. 1982.
- [30] PEARCE, P. L., *Tourism Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. Clevedon: Channel View Publication. 2005.
- [31] PIAZAM, A. and MANSFELDM, Y. *Consumer behaviour in Travel and Tourism*. New York. 2000.
- [32] ROSS, G. *The psychology of tourism*. Melbourne: Hospitality Press. 1998

- [33] SHARPLEY, R., Travel and Tourism. SAGE Publications Ltd, London, UK. 2006.
- [34] SCHOBER, R. (1993): Urlaubs- Erleben, Urlaubs- Erlebnis. In: Hahn, J.,Kagelmann, H.J. (Hg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. München: Quintessenz, ISBN 3-86128-152-8,
- [35] SNEPENGER, D., J. King, E. Marshall and M. Uysal (2006). Modeling Iso-Ashola's Motivation Theory in te Tourism Context. Journal of Travel Research
- [36] SOLOMON, M.R., Consumer Behaviour. 6 th Ed. New Jersey: Prentice Hall. 2004.
- [37] ŠIMKOVÁ, E., Psychology and its Application in Tourism. Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2014.
- [38] ŠÍPEK, Jiří a Jiří ŠTÝRSKÝ. Psychologické kapitoly z oblasti práce s lidmi (a v turismu zvláště). Hradec Králové: Gaudeamus, 2005. ISBN 80-7041-319-0.F
- [39] ŠTÝRSKÝ, Jiří a Jiří ŠÍPEK. Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace: kapitoly z geopsychologie. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-114-3.
- [40] TEICHLER, U. (2007). The Changing Role of Student Mobility. Paris: UNESCO Headquarters
- [41] VENCLOVÁ, Kateřina. *Geopsychologie a ekopsychologie v cestovním ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-540-0.
- [42] VILLAMIRA, M. A. (2001). *Psicologia del viaggio e del turismo*. Torino: UTET.

- [43] Witt, A. & Wright, P. L. Tourist motivation: life after Maslow. In P. Johnson & B. Thomas, Choice and Demand in Tourism (33-55). London: Mansell. 1992.
- [44] YIAMJANYA, S. and WONGLEEDDEE, K. International Tourists' Travel Motivation by Push-Pull Factors and the Decision Making for Selecting Thailand as Destination Choice. International Journal of Humanities and Social Sciences. 2014. 1348-1353
- [45] ZELENKA, J., & PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu (2nd ed.). Praha, Czechia: Linde. 2012.
- [46] ZUCKERMAN, M. Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking. Cambridge: Cambridge University Press. 1994.
- [47] ZUCKERMAN, M. Sensation seeking and risky behavior. Washington, DC, US: American Psychological Association, 2007.str. 235. ISBN 1-59147-738-7
- [48] ZUCKERMAN, M. Sensation seeking. In H. London, & J. Exner (Eds.), Dimensions of personality. New York: Wiley. 1978.

Internetové zdroje

- [49] British Council. (BC). (2020) HE Institutions Face 'Battle' for Chinese Students as 39 Per cent of Applicants Unsure about Cancelling Study Plans. [online]. 2020. [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: <https://www.britishcouncil.org/contact/press/higher-education-chinese-studentscovid-report>
- [50] Indrová, J. et al. Cestovní ruch pro všechny. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. mmr.cz [online]. 2008. [cit.17.04.2022]. ISBN 978-80-7399-407-05 Dostupné z: [vod \(mmr.cz\)](http://vod.mmr.cz)

- [51] CROMPTON, John L., Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 408-424. [online]. 1979. [Cit.17.04.2022]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0160738379900045>
- [52] Erasmus+. Informace o programu Erasmus. EF – Education First – Czech. [online]. 2022. [cit. 2022-04-10]. dostupné z: <https://www.ef-czech.cz/erasmus/>
- [53] Erasmus+. What is Erasmus+? [online]. 2022. [cit. 2022-04-10]. dostupné z: <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/about-erasmus/what-is-erasmus>
- [54] European Commission. The Erasmus impact study. Publications Office of the European Union. [online]. 2014. [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: [The Erasmus impact study – Publications Office of the EU \(europa.eu\)](#)
- [55] Global Flow of Tertiary – Level Students. UNESCO UIS [online]. [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: [Global Flow of Tertiary-Level Students | UNESCO UIS](#)
- [56] LEE, Se. WOONG. “Circulating East to East: Understanding the Push-Pull Factors of Chinese Students Studying in Korea.” *Journal of Studies in International Education*, [online]. 2017. [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1028315317697540>
- [57] NAFSA. “Fall 2020 Survey: Financial Impact of COVID-19 on International Education.” [online]. 2020. [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://www.nafsa.org/sites/default/files/media/document/fall-2020>
- [58] STUDENT & YOUTH TRAVEL, NTA Online, Welcome to the National Tour Association, [online]. 2022. [cit. 2022-03-10]. dostupné z: <https://ntaonline.com/education/travel-market-guides/student-and-youth/>

- [59] Trendy v cestovním ruchu: Mladí cestovatelé, *Kempy v ČR – autokempy, kempy a tábořiště v ČR, na Slovensku a v Evropě*, DoKempu.cz [online]. 2022. [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: <https://www.dokempu.cz/uzitecne-informace/trendy-v-cestovnim-ruchu-mladi-cestovatele-162>
- [60] UNESCO. "Education: Inbound internationally mobile students by continent of origin." [online]. 2018. [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: [International higher education: shifting mobilities, policy challenges, and new initiatives – UNESCO Digital Library](#)
- [61] UNWTO – WYSE TRAVEL CONFEDERATION. The Power of Youth Travel. [online]. 2008. [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <http://www.wysetc.org/?page=PowerYouthTravel>
- [62] UNWTO - WYSE. The power of youth travel. 2. vyd. UNWTO and WYSE Travel Confederation, 2011. 35 s. Dostupné z: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/the_power_of_youth_travel.pdf

9 Příloha

Where are you from?

How old are you?

Gender:

What was your motivation for Erasmus programme? (write 5 motivation factors)

Test of interest and preferences SSS (V)

It is important you answer every item only with one possibility, A or B. I am interested only in your likings or feelings. I am not interested in feelings of other people or which feelings are supposed at somebody else. There are no right and wrong answers as they are in other kinds of test. Be honest, and state your real evaluation of yourself.

1. A. I like „wild" uninhibited parties
B. I prefer quiet parties with good conversation
2. A. There are some films I like to see for the second or even for the third time
B. I could not see the film I have seen
3. A. I often wish to be a rock climber
B. I can not understand people who risk their lives climbing rocks
4. A. I dislike all body odours
B. I like some of the earthy body smells
5. A. I get bored seeing the same old faces
B. I like a pleasant familiarity of everyday friends
6. A. I like to explore alone unknown town or part of it, even if it means to get lost
B. Staying at the place I do not know well, I prefer a guide
7. A. I dislike people doing or saying things to frighten or upset others

- B. If it is possible to presume nearly everything a man will do or say, he or she has to be boring
8. A. I usually do not enjoy a film or drama too much, if I can presuppose what will happen in advance
B. I do not mind to watch a film or drama, if I can presuppose what will happen in advance
9. A. I have tried marihuana or I would like to try it
B. I would never smoke marihuana
10. A. I would not like to try any drugs which could evoke unusual and dangerous effects on me
B. I would like to try some of new drugs which evokes hallucination
11. A. A reasonable man avoids activities, which are dangerous
B. Sometimes I like to do things, which are a little bit frightening
12. A. I dislike swingers (People, who are unbound, having no sexual scruples)
B. I like staying in the company of real swingers
13. A. I find stimulants being unpleasant for me
B. I like being often in a raised state (alcohol drinking or marihuana smoking)
14. A. I like tasting a new meal I have never eaten before
B. I order meals familiar to me to avoid disappointment or displeasure
15. A. I like watching family films or snaps from trips
B. I am terribly bored when watching somebody's family films or snaps from trips
16. A. I would like to start with water skiing
B. I do not want to start with water skiing
17. A. I would like to try snowboarding
B. I do not want to try snowboarding
18. A. I would like to leave for the trip without planned or determined route and timetable in advance
B. When leaving for the trip I like planning the route and the timetable rather carefully
19. A. I prefer friends belonging among practical people

- B. I would like to meet people from fast set groups such as artists or punks
20. A. I do not want to learn to fly a plane
B. I would like to learn to fly a plane
21. A. I prefer a water surface to depths
B. I would like to practice scuba-diving
22. A. I would like to meet some homosexual persons (men or women)
B. I keep aside from anybody being suspected to be a gay or a lesbian
23. A. I would like to try parachute jumping
B. I would never want to jump out of a plane with parachute
24. A. I prefer friends being excitingly unpredictable
B. I prefer friend being reliable, and predictable
25. A. I am not interested in experience being just for its own sake
B. I like new and exciting experiences and sensations even if being a little bit frightening, unusual or illegal
26. A. Essence of a good art is in its comprehensibility, symmetry of form, and harmony of colours
B. I often find a beauty in glaring colours, and irregular forms of a modern painting
27. A. I like spending my time in the familiar home surroundings
B. I am very upset when having to stay at home for any length of time
28. A. I like diving from heights (spring board, bridge, rock, floodgate)
B. I hate a feeling I should stay on a spring board
29. A. I like dates with persons of other who are physically exciting
B. I like dates with person of other sex appreciating the same values
30. A. Considerable drinking usually spoils a party, because some people get roistering and swanking
B. A lot of drinking is the key to a good party
31. A. The worst social offence is to be rude
B. the worst social offence is to be boring
32. A. A man should have considerable sexual experience before marriage
B. It is better when two people contracting marriage start their sexual experience together

33. A. Even if I had the money, I would not be interested to rank among rich people, and to live in their way of life
B. I am able to imagine it would be pleasant for me to be in the world of jet setters
34. A. I like people who are clever and smart even if they sometimes hurt others
B. I dislike people who amuse themselves with fun at the expense of hurting the feelings of others
35. A. There is too much sex in films completely
B. I like watching a lot of erotic scenes in films
36. A. I feel best after a few drinks
B. There is something wrong with people who need alcohol to feel well
37. A. People should dress according to a certain standard taste, neatness, and style
B. People should dress in an individual way, even if the result is sometimes strange
38. A. Long distance sailing in small sail-boats is foolhardiness
B. I would like take a long distance sail in a small maritime sail-boat
39. A. I have no patience with dull or boring people
B. I can find something interesting at nearly any person I speak to
40. A. Extreme skiing on steep slopes is risky, and it smells with injury
B. I think I would enjoy very fast downhill skiing from high mountain slop

Zadání bakalářské práce

Autor: Aneta Juchelková

Studium: I1800302

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Název bakalářské práce: **Psychologie cestovního ruchu. Tendence k vyhledávání prožitku u vybraných účastníků cestovního ruchu**

Název bakalářské práce AJ: Psychology of tourism. Tendency to sensation seeking in the selected tourism participants

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cílem práce je popsat aspekt prožitků v CR, zkoumat tendence k vyhledávání prožitků u vybraných účastníků cestovního ruchu. Analyzovat souvislosti v cestování podle míry vyhledávání napětí a dobrodružství, zkušeností a vnímavosti nudy.

OSNOVA

1. Úvod
2. Cíl práce
3. Metodika
 - 3.1 Popis a organizace výzkumného šetření
 - 3.2 Charakteristika výzkumného souboru
 - 3.3 Použité metody
4. Teoretická východiska
 - 4.1 Psychologie v cestovním ruchu
 - 4.1.1 Osobnosti účastníků cestovního ruchu
 - 4.1.2 Cestování a jeho působení na člověka
 - 4.1.3 Prožitek jako součást CR
5. Praktická část
 - 5.1 Kvalitativní výzkum
 - 5.2 Dotazníkové šetření
 - 5.3 Diskuze výsledků výzkumu
6. Shrnutí výsledků a diskuze
7. Závěr
8. Seznam použité literatury
9. Přílohy

KUBAN, Jiří. *Tendence k vyhledávání prožitku a její diagnostika*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2006. ISBN 80-7041-643-2.

ŠTÝRSKÝ, Jiří a Jiří ŠÍPEK. *Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace: kapitoly z geopsychologie*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-114-3.

HAYES, Nicky. *Aplikovaná psychologie*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-807-4.

BARÁTH, Ernest, Milan LEŠKA a Soňa HERMOCHOVÁ. *Psychologie v cestovním ruchu*. Praha: Merkur, 1985. *Výchova v obchodě*

Garantující pracoviště: Katedra rekreologie a cestovního ruchu,
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D.

Oponent: doc. Ing. Martina Pásková, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 15.9.2020