

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

Motivace návštěvníků v cestovním ruchu
Bakalářská práce

Autor: Zuzana Jáklová
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: prof. RNDr., Josef, Zelenka CSc.

Hradec Králové

duben 2016

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 29.4.2016

Zuzana Jáklová

Poděkování:

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu své bakalářské práce prof. RNDr., Josefu Zelenkovi, CSc. za metodické vedení práce, odbornou pomoc a mnoho cenných rad během psaní práce.

Anotace

Bakalářská práce je zaměřena na motivaci návštěvníků v cestovním ruchu, zejména na motivaci studentů k zahraničním pobytům. Ke zpracování tématu byla použita teoretická analýza a jak sekundární, tak empirický výzkum motivace účastníků cestovního ruchu se specifickým zaměřením na motivaci ke studijním pobytům. Do empirického výzkumu motivace a souvisejících mentálních map byli zahrnuti studenti UHK i studenti, kteří do České republiky přicestovali z jiných zemí. Tento výzkum byl doplněn výsledky sekundárního výzkumu motivace studentů. Praktická část, která byla zpracována na základě dotazníkového šetření a osobních rozhovorů, přináší odpovědi na jednotlivé otázky motivace. Závěr této práce obsahuje porovnání odpovědí dívek a chlapců. Odhaluje z mentálních map respondentů jejich motivaci k cestování a dále vysvětluje a hodnotí výsledky primárního empirického výzkumu a zmiňuje se o odlišnosti sekundárního výzkumu.

Klíčová slova:

Motivace, mladí cestovatelé, mentální a kognitivní mapy

Annotation

Title: Visitor's motivation in tourism

The bachelor thesis is focused on motivation of visitors in tourism, especially on motivation of the international student's exchange. To elaborate this theme the theoretical analysis was used, both secondary and empiric research of the visitor's motivation with special focus on motivation of educational exchange. There were students of UHK and also other foreign students involved in empiric research of motivation and related mental mapping. This research was complemented by results of secondary research of student's motivation. Practical part was compiled of questionnaire constructions and personal interviews and creates an overview of the variety of answers, variety of personal motivations. The conclusion of the thesis compares the answers of girls and boys and Czech and foreign students. The respondent's mental maps show their motivation for travelling and it also explains and evaluates the results of the primary empiric research and mentions the differences with the secondary research.

Keywords: Motivation, youth traveller, mental and cognitive maps

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce.....	2
3	Metodika zpracování.....	3
3.1	Výzkumné otázky	3
3.2	Metody výzkumu	4
3.2.1	Dotazníkové šetření.....	4
3.2.2	Mentální mapy	6
3.2.3	Sekundární výzkum	7
3.3	Literární rešerše	8
4	Teoretická část	9
4.1	Motivace.....	9
4.1.1	Základní motivace	9
4.1.2	Motivy	11
4.2	Motivace v cestovním ruchu	15
4.3	Cestování mladých.....	18
4.3.1	Vymezení pojmu „mladí lidé“	18
4.3.2	Mladí cestovatelé	18
4.3.3	Oblíbené regiony.....	20
4.3.4	Význam a nejčastější typy cestování mladých.....	21
4.3.5	Vybrané specifické typy cestování mladých	22
4.4	Mentální a kognitivní mapy.....	23
4.5	Princip tvoření mentální mapy	24
5	Praktická část.....	26
5.1	Sekundární výzkum motivace	26
5.1.1	Program Erasmus	26
5.1.2	Dánská studie z Esbjergu.....	29

5.1.3	Studie z Vietnamu.....	32
5.2	Vlastní výzkum motivace	34
5.2.1	Průběh dotazníkového šetření	34
5.2.2	Porovnání výsledků šetření dívek a chlapců z UHK.....	38
5.2.3	Porovnání výsledků šetření dívek a chlapců z cizích zemí.....	42
5.3	Vlastní výzkum mentálních a kognitivních map	46
5.3.1	Studenti UHK.....	46
5.3.2	Studenti z cizích zemí.....	49
5.4	Výsledky a zhodnocení výzkumu	59
5.4.1	Vyhodnocení dotazníkového šetření	59
6	Shrnutí výsledků práce	64
6.1	Shrnutí vlastního výzkumu motivace	64
6.1.1	Odpovědi na výzkumné otázky	64
6.2	Shrnutí dotazníkového šetření.....	65
6.3	Shrnutí výzkumu mentálních a kognitivních map.....	66
6.4	Shrnutí sekundárního výzkum motivace	68
7	Závěry a doporučení	70
7.1	Návrh dalších možných zkoumání dané problematiky	70
8	Seznam použité literatury.....	71
8.1	Knižní zdroje:	71
8.2	Elektronické zdroje:	72
8.3	Seznam použitých zkratk.....	73
9	Přílohy	74
9.1	1. Dotazník „Motivace návštěvníků v cestovním ruchu“	74
9.2	2. Dotazník „Motivace návštěvníků v cestovním ruchu“	81

Seznam obrázků

Obrázek 1 Maslowova pyramida potřeb.....	13
Obrázek 2 Hodnoty ovlivňující mladé cestovatele.....	20
Obrázek 3 Mentální mapa cestování	25
Obrázek 4 První dotazník „Motivace návštěvníků v cestovním ruchu“	35
Obrázek 5 Druhý dotazník „Motivace návštěvníků v cestovním ruchu“	35
Obrázek 6 Mapa Taiwanu studenta UHK.....	47
Obrázek 7 Mapa Taiwanu studentky UHK	47
Obrázek 8 Mapa Taiwanu studentky UHK	48
Obrázek 9 Mapa Španělska studentky UHK	49
Obrázek 10 Mapa Hradce Králové od studentky z Taiwanu	50
Obrázek 11 Mapa Hradce Králové od studenta z Taiwanu	50
Obrázek 12 Mapa Hradce Králové od studenta z Bulharska.....	51
Obrázek 13 Mapa Hradce Králové od studentky z Ukrajiny	51
Obrázek 14 Mapa Taiwanu studentky UHK před a po vycestování	52
Obrázek 15 Mapa Taiwanu studenta UHK před vycestováním	53
Obrázek 16 Mapa Taiwanu a Jihovýchodní Asie studenta UHK po vycestování	54
Obrázek 17 Mapa Španělska studentky UHK.....	55
Obrázek 18 Mapa Hradce Králové od studenta - před a po dvou měsících.....	56
Obrázek 19 Mapa Hradce Králové od studentky - před a po dvou měsících	57
Obrázek 20 Mapa studenta z Taiwanu	58
Obrázek 21 Mapa studenta z Taiwanu po dvou měsících.....	58

Seznam tabulek

Tabulka 1 Shrnutí odpovědí studentů UHK.....	42
Tabulka 2 Shrnutí odpovědí studentů z cizích zemí	46

Seznam grafů

Graf 1 Vzorek respondentů.....	59
Graf 2 Vybrané hlavní motivace - studenti UHK.....	60
Graf 3 Vybrané hlavní motivace - studenti z cizích zemí.....	61
Graf 4 Obavy studentů z UHK.....	61
Graf 5 Obavy studentů z cizích zemí.....	62
Graf 6 Faktor vycestování natrvalo - studenti UHK.....	63
Graf 7 Faktor vycestování natrvalo - studenti z cizích zemí	63

1 Úvod

Toto téma bylo vybráno, protože samotné cestování bylo vždy důležité, ať už jde o rodinné dovolené po České republice, nebo o cesty s přáteli mimo rodnou zemi. Seznámení se s novou kulturou, přírodou nebo lidmi je velkým zážitkem, který člověk prožívá velmi subjektivně a neopakovatelně. Motivace je podnětem k cestování a právě její zjišťování je to, co činí toto téma tak zajímavým. Zkoumání různých motivací člověka učí a napomáhá mu pochopit druhé.

V současném světě má cestovní ruch významné postavení. Cestuje se mnohem více, než v minulosti a motivace tohoto cestování stále vznikají a stávají se rozmanitějšími. Motivace je důležitým aspektem v cestovním ruchu, díky němuž lidé uspokojují své potřeby. Každý člověk, který se účastní cestovního ruchu, pro to má určitou motivaci.

Tato práce se zabývá také motivací studentů ke studijním pobytům. Přesto, že studijní pobyty se zatím neřadí mezi cestovní ruch, je snaha poukázat na jejich význam ve smyslu podpory cestování studentů do cizích zemí. Cestování formou studijních pobytů má většinu rysů cestovního ruchu. Student během pobytu poznává cizí zemi, kulturu, gastronomii, a také získává nové sociální kontakty. Studijní pobyty jsou pro studenta velkou šancí poznat jinou zemi a zdokonalovat se nejen v cizím jazyce, ale také osamostatnit se a dospět. Dále umožňují vcítit se a pochopit jiné kultury. Probíhají velké změny ve vnímání a chování jedince, který poznává během svých cest nové prostředí a kulturu.

Práci doplňuje sekundární i empirický výzkum motivace účastníků cestovního ruchu se specifickým zaměřením na motivaci ke studijním pobytům. Jedná se o dotazník pro studenty UHK, kteří se chystají vycestovat z České republiky a studenty cizích zemí, kteří do České republiky přicestovali.

2 Cíl práce

Cílem této práce je zjistit motivaci cestovat u studentů UHK na studijních pobytech v zahraničí a studentů, kteří přicestovali za studiem na FIM UHK z jiných zemí, a také strukturu a změny jejich mentálních map před a po pobytu v cizí zemi.

Tato práce poukazuje na důležitost cestování a stále nové možnosti v tomto ohledu. Jde o studijní pobyty, které jak už bylo uvedeno, zatím nepatří do cestovního ruchu, přesto ale tvoří významnou část cestování. Díky zjištění motivace studentů je možné lépe zacílit na jejich potřeby. Je jednodušší vyhledat důležité faktory, které ovlivňují rozhodování studentů.

Součástí této práce je dotazníkové šetření, které odpovídá na otázky ohledně motivace a demotivace studentů ke studijnímu pobytu a zajímá se také o aspekty související s touto problematikou. Pomocí otevřenějších otázek je možné zjistit veškeré odchylné motivace, které by během uzavřených otázek v dotazníku nebyly odhaleny, proto je toto téma zajímavé a přináší nové odpovědi od studentů různých národností.

3 Metodika zpracování

Pro zjištění motivace účastníků cestovního ruchu (dále jen „CR“) byly použity následující metody:

- a) dotazníkové šetření
- b) mentální mapy
- c) sekundární výzkum

3.1 Výzkumné otázky

Otázky byly zaměřeny na zjištění motivace a mentálních map účastníků CR.

Během výzkumu byly položeny následující otázky týkající se motivace.

1. Jaké jsou motivační faktory dotazovaných respondentů?
2. Které motivy k cestování jsou podle dotazovaných respondentů těmi hlavními?
3. Záleží respondentům více na kultuře dané země nebo na přírodních krásách?
4. Co účastníci cestovního ruchu od cizí země očekávají?

První otázka, která zjišťuje motivační faktory, je považována za základní otázku, přesto neodhaluje veškeré aspekty cest do cizích zemí. Respondenti v ní zaznamenávají svou první myšlenku týkající se motivace k cestování.

Druhá otázka se zabývá hlavní motivací, tedy nejdůležitějším stimulem, kvůli kterému se respondenti rozhodli pro zahraniční pobyt. Respondenti se během této otázky soustředí na své hlavní motivy, kvůli kterým se rozhodli cestovat.

Třetí otázka se týká kultury a přírodních krás, za kterými studenti také cestují.

Studenti by mohli cestovat za kulturními památkami, nacházejícími se v přírodě, která je také předmětem jejich zájmu nebo naopak především za přírodou, přičemž kulturní památky jsou jen vedlejší motivací. Tato otázka zjišťuje hodnoty respondentů a zaměřuje se na faktory jejich pozornosti.

Čtvrtá otázka zjišťuje povědomí o cizí zemi. Je zřejmé, že před cestou do cizí země nejsou vědomosti o ní tak rozsáhlé jako během pobytu v této zemi. Očekávání

respondentů mohou být různá a hrají při hledání motivace velkou roli. Tyto otázky se tedy snaží odhalit co nejvíce individuálních motivů respondentů.

3.2 Metody výzkumu

3.2.1 Dotazníkové šetření

Šetření pro zjištění motivace studentů UHK a studentů z cizích zemí proběhlo pomocí dotazníků s asistovaným vyplněním.

První dotazník musel být vytvořen co nejdříve, aby zahraniční studenti, kteří právě přicestovali, mohli do dotazníku zaznamenat aktuální pocity a informace ihned po příjezdu. Druhý dotazník obdrželi studenti zhruba po dvou měsících. Část respondentů tento dotazník nebyla ochotna zodpovědět. Vzhledem k poměrně malému počtu odpovědí nemají vysokou vypovídající hodnotu.

Otázky byly vytvořeny s využitím metodiky popsané v odborných knihách: Trousil a Jašíkova „Úvod do tvorby odborných prací“ a Zelenka a kol. „Výzkum kognitivních a mentálních map“. (Trousil, Jašíková, 2015), (Zelenka a kol, 2008)

Otázky pro studenty UHK a zahraniční studenty se lišily jen v několika bodech. Rozděleny byly do tří částí a to: 1. část – Základní informace o zemi, do které cestujete.

2. část – Motivační faktory a 3. část – Očekávání.

Dotazník pro skupinu studentů UHK obsahoval 12 otázek týkajících se jejich motivace pro výjezd do cizí země. Otázky byly směřovány na osobní pocity z cestování a na mentální mapy. Studenti měli za úkol zakreslit do vyhrazeného pole místo, do kterého cestovali. Dotazník pro skupinu zahraničních studentů byl velmi podobný a obsahoval 13 otázek. Dodatečná otázka oproti dotazníku pro studenty UHK se týkala osobního kontaktu a pocitu z lidí, které student potkával na půdě UHK. Tento dotazník byl zpočátku vypracován v českém jazyce a otázky byly studentovi překládány do anglického jazyka během vyplňování dotazníku.

Následně proběhlo pilotní šetření, aby došlo k odhalení případných nesrovnalostí či neporozumění textu. Po zpracování tohoto šetření bylo zjištěno, že tato metoda byla velmi složitá a časově náročná, proto bylo nutné zpracování i metodu šetření

pozměnit. Pro zahraniční studenty musel být dotazník přeložen do anglického jazyka.

Dotazník byl pojat kvalitativně, z větší části byl tvořen otevřenými otázkami, aby bylo možné zjistit co největší rozsah odpovědí, které by při uzavřených otázkách nebylo možné odhalit. Například: „Co vás motivovalo k cestě do cizí země?“ nebo „Čeho se při cestování nejvíce bojíte?“ Důležitá totiž není jen motivace, ale také demotivace respondentů, proto byla do dotazníku zahrnuta i tato otázka, která zjišťuje problémy, které respondent překonával, respektive záležitosti, kterých se obával.

Důraz byl kladen také na postupné vyplňování otázek, tedy bez jejich vynechávání a přeskokování, aby nedošlo ke změně odpovědí nebo toku myšlenek respondenta. Při této výzkumné strategii byla inspirací již zmíněná kniha „Úvod do tvorby odborných prací“ (Trousil, Jašíková, 2015), a to její kapitoly „Dotazování a rozhovor“ a „Dotazník“. Dále dotazník obsahoval dvojité otázky, které se soustředily na dva důležité faktory motivace, kterými jsou kultura a příroda. Metoda je založená na identifikaci vzájemně odlišných typů motivů k cestování mimo svou rodnou zemi během studia a dává respondentům možnost se o svých motivech volně vyjádřit.

Dále byli studenti rozděleni na dívky a chlapce, aby mohlo dojít k následnému porovnání výsledků odpovědí. Rozdělení byli nejprve na studenty UHK a studenty zahraniční a teprve poté na dívky a chlapce. Tato metoda měla odhalit rozdílné uvažování i společné rysy odpovědí.

Dotazník s takto zpracovanými otázkami byl doplněn o odlišný typ otázek, které se týkají mentálních a kognitivních map. Dotazníkové šetření a jeho výsledky jsou zaznamenány v praktické části bakalářské práce.

Rovněž byly vytvářeny grafy, které souží pro lepší přehlednost a popis výsledků primárního výzkumu. Podkladem pro tyto grafy byly údaje v dokumentu Microsoft Excel, ve kterém byly vyhodnocovány veškeré odpovědi na otázky z dotazníku.

3.2.2 Mentální mapy

Výzkum motivace byl doplněn o mentální mapování. Tyto mapy byly součástí dotazníkového šetření, jehož se účastnili studenti UHK, kteří vycestovali mimo Českou republiku, a studenti, kteří do České republiky přicestovali z jiných zemí. Respondenti byli požádáni o zakreslení mentální či kognitivní mapy do určeného pole.: „Nakreslete jednoduchou mapu míst, která v navštívené zemi znáte.“ V tomto bodě nebylo použito spojení „mentální mapa“, protože tento pojem nemusí všichni studenti znát nebo správně chápat. Studenti z cizích zemí dostali otázku zaměřenou přímo na město Hradec Králové, které právě poznávali.

Mentální a kognitivní mapy odhalují představy respondentů spojené s cizí zemí. Respondent do své mapy zaznamenává vnímání a prožívání místa, do kterého cestuje.

Mapy se týkaly jak Hradce Králové, tak zahraničního města nebo státu, který student navštívil. Tato otázka měla za úkol odhalit interakci studenta s novým prostředím.

Důležité bylo také zaznamenání rozdílů mezi znalostí cizí země před a po cestování do ní. Mezi mapami, které studenti kreslili, byly hledány rozdíly a jejich zásadní změny před a po vycestování do cizí země.

3.2.3 Sekundární výzkum

Sekundární výzkum je tvořen třemi částmi:

- programem Erasmus,
- dánskou studií z Esbjergu (Nemanja Tomic a kol., 2014)
- a vietnamskou studií. (Nguyen Thi Khanh Linh, 2014)

Všechny tyto části se zabývají motivací mladých lidí a studentů při cestování.

Program Erasmus byl vybrán, protože umožňuje studentům spolu s vysokými školami studovat nebo pracovat v zahraničí. Nabízí motivace, kterými láká studenty k cestování a poznávání nových míst.

Dánská studie se věnuje faktorům ovlivňujícím motivaci mladých lidí při/během výběru destinace evropského města. Jedná se tedy o případovou studii, která probíhala také v evropském státě, a proto bylo předpokládáno, že tato studie bude odhalovat rozdíly a shody mezi kulturami. Dále bylo očekáváno, že se v této studii objeví podobné motivační faktory k cestování jako u primárního výzkumu motivace.

Vietnamská studie na téma „Cestování mladých a studentů: Motivace, potřeby a proces rozhodování“ byla vybrána z důvodu, že se jedná o asijský stát, který je evropské kultuře velmi vzdálen, a poukáže díky tomu na jiné motivační faktory a jiné výsledky výzkumu.

3.3 Literární rešerše

Motivace i cestovní ruch jsou v současné době často zmiňovanými tématy a to nejen sami o sobě, ale také jako vzájemně propojené celky. Existuje spousta publikací na tato témata jak ve formě tištěné, tak elektronické.

Teoretická část bakalářské práce vychází primárně z knižních zdrojů. Metodická část spolu s dotazníky byla zpracována pomocí knihy „Úvod do tvorby odborných prací“ od Trouсила a Jašíkové (2015). Tato kniha byla využita i pro pochopení konkrétních výrazů, které bakalářská práce obsahuje. Dále byla pro tuto část práce využita kniha „Výzkum kognitivních a mentálních map“ od Zelenky a kolektivu (2008) pro studium mentálních map a jejich použití v dotazníku.

Spousta důležitých definic motivace je čerpána z knihy „Psychologie“ od Atkinsonové a Hilgarda (2012) a také z knihy „Psychologie“ od Nakonečného (2009). Knihou, která byla nápomocná při prolínání pojmu „motivace“ a pojmu „cestovní ruch“, byla publikace „Geopsychologie a ekopsychologie v cestovním ruchu“ od Venclové a kol. (2015). Jedním z hlavních zdrojů pro definice cestovního ruchu byla kniha „Výkladový slovník cestovního ruchu“ od Zelenky a Páskové (2012).

Při zpracovávání sekundárního výzkumu byly využity elektronické zdroje. Například pro kapitolu o programu Erasmus bylo čerpáno ze stránek Erasmus student network (2014) a to ze článku „Proč studovat v zahraničí?“. Zdrojem dánské a vietnamské studie byly zahraniční stránky Akademia.edu (2016) se studií „Faktory ovlivňující motivaci mladých lidí při/během výběru destinace evropského města – případová studie z Esbjergu (Dánsko)“ a stránky Australian Academi of Business and Social Sciences (2014) se studií „Cestování mladých a studentů: Motivace, potřeby a proces rozhodování. Případová studie z Vietnamu“. (Nemanja Tomic a kol., 2014), (Nguyen Thi Khanh Linh, 2014)

4 Teoretická část

4.1 Motivace

„Když něco opravdu chceš, celý vesmír se spojí, abys to mohl uskutečnit.“

Paolo Coelho

Podle Atkinsonové a Hilgarda (2012) je motivace stav, který aktivuje chování a dává mu směr. Jde tedy o jakýsi pohon, který člověka vede k výkonu některých činů. Souvisí tedy úzce s výkonností člověka. Motivace je subjektivně vnímána jako touha ať už po jídle, pití nebo sexu a je většinou možné se rozhodnout, zda se těmito touhami nechat vést, nebo ne. Pokud má někdo touhu cestovat do exotických zemí, ale obává se, že nebude přijat cizí kulturou, záleží jen na síle jeho motivace a potřeby danou zemi navštívit přes veškeré nepřízně. Je možné vzdát se předmětu své touhy, ale také donutit se dělat něco, co není obvyklé. (Atkinsonová, Hilgard, 2012)

Podle ManagementMania.com (2015a) je motivování úsilím jednoho člověka nebo více lidí vytvořit u jiného jedince/ců motivaci pro požadované chování, například v praxi je nutnou částí řízení.

Podle Atkinsonové a Hilgarda (2012) je mnohem obtížnější vlastní motivaci ovládat. Jsme-li totiž hladoví, je velmi obtížné netoužit po jídle. Stejně tomu tak je i s žízní. Je tedy dána otázka: „Co tedy vlastně řídí motivaci, není-li to záměrná volba?“ Atkinsonová a Hilgard (2012) tvrdí, že tuto záhadu vysvětlují fyziologické události probíhající v mozku a v těle, ale také kulturní a sociální interakce s jedinci v našem okolí. Služby či produkty cestovního ruchu na nás působí po celou dobu jeho čerpání. i během procházky městem návštěvníka zláká kavárna k její návštěvě, která nebyla původně plánována.

4.1.1 Základní motivace

Atkinsonová a Hilgard (2012) označují za základní motivace hlad, žízeň a sex. Psychologové dále rozlišují dva typy teorií motivace. Rozdíl se týká původu motivace a působení motivace na chování. Této teorii se říká pudová, protože

zdůrazňuje úlohu interních faktorů motivace jako je třeba žízeň a hlad, tedy fyziologické potřeby.

Vedle této teorie podle Atkinsonové a Hilgarda (2012) existuje také incentivní teorie motivace, která zdůrazňuje roli vnějších událostí nebo předmětů touhy. Existují tyto pobídky: Jídlo, pití, sexuální partneři, vztahy s ostatními lidmi, úcta, peníze a úspěch. Pobídky jsou předmětem motivace. Podstata onoho „něčeho“ nás táhne určitým směrem. Cílem může být chutná potrava, voda, kontakt s partnerem, zahrnutí útočníka nebo získání žádaného předmětu. (Atkinsonová, Hilgard, 2012)

Dále Atkinsonová a Hilgard (2012) zmiňují, že mnohé pobídky slouží také jako odměny. Mohou být zdrojem potěšení a posilovat chování, které vede k jejich získání. Rozdělují se na primární faktory posilování, které fungují jako odměny nezávisle na předchozím učení. Kupříkladu sladká chuť je člověku příjemná hned napoprvé. Dalším druhem pobídky jsou sekundární faktory posilování, které získaly své postavení částečně díky tomu, že jsme se naučili něco o jejich vztahu k dalším událostem. Atkinsonová a Hilgard (2012) jako příklad zmiňují, že dobré známky ve škole mohou být účinnými pobídkami vycházejícími z našich kulturních zkušeností a jsou spjaty s postavením a úspěchem, jež představují.

Většina základní motivace je podle Atkinsonové a Hilgarda (2012) zaměřena na pomoc při udržování vnitřní rovnováhy. Pro udržení parametrů svého vnitřního prostředí v limitech vhodných pro přežití máme k dispozici aktivní kontrolní procesy pro udržení homeostázy, tedy stálého vnitřního stavu. Homeostatické řídicí procesy mohou být psychické, fyziologické nebo mechanické. Atkinsonová a Hilgard (2012) jako příklad uvádějí termostat, který ovládá kotel topení či klimatizační jednotku. Termostaty slouží tak, aby udržely teplotní homeostázu. Mnohé fyziologické procesy pak fungují jako termostat: aktivují motivace, které pomáhají udržet homeostázu.

Cílem motivování je podle ManagementMania.com (2015a) podnítit hnací síly a usměrnit chování k dosažení určitého cíle. V cestovním ruchu je motivace jedním z klíčových faktorů úspěchu. V lidech se podněcuje vnitřní zájem, ochota a chuť být součástí nějaké události. Motivace se tedy vztahuje k dosažení určitého cíle a uspokojení z jeho dosažení.

4.1.2 Motivy

Nakonečný (2009) hovoří o tom, že motivy určují směr a intenzitu chování osobnosti. V užším smyslu představují motivy vědomé záměry či vědomé cíle jednání, v širším smyslu pak cíle chování vůbec, to znamená i nevědomé účely chování.

Venclová a kol. (2015) hovoří o rozmanitosti důvodů k cestování, které jsou ovlivňovány individuálními podmínkami a situací daného člověka i jeho sociálním a kulturním prostředím. Dále zmiňuje důležitý fakt, že jedinec si ani nemusí své motivy vždy uvědomovat, nebo je může vnímat zkresleně, či dokonce je může v sobě popírat.

Samotný „motiv“ podle Nakonečného (2009) vyjadřuje konstrukt odvozený z cílů lidského chování a znamená tedy dispozici. Zato pojem „motivace“ je konstruktem odvozeným z toho, co se děje. Když je tedy aktivován motiv, vyjadřuje proces přípravy a případné realizace chování vědomě či nevědomě zaměřeného na dosažení cíle. (Nakonečný, 2009, s. 245,246)

Motiv jako takový podle Nakonečného (2009) znamená buď objekt ve vnějším světě, který vyvolává určitou pohotovost k chování, nebo představuje pohotovost samu. V prvním případě se jím označuje například jídlo, v druhém případě hlad. Pokud bychom chtěli tuto teorii převést na cestovní ruch, dalo by se uvést jako příklad „České Švýcarsko“, které označuje objekt, a „potřeba návštěvy krásných přírodních míst“ označující pohotovost. Ovšem v obou případech zmiňuje Nakonečný (2009) finální efekt, kterým je dosažení určitého psychického stavu uspokojení. Chování pak vyplývá z interakce objektů a vnitřních stavů.

Nakonečný (2009) přiřazuje motiv k vnitřnímu zážitku, tedy emociogennímu činiteli. Motivy jsou podle něho generovány emocemi a zaměřují chování na dosažení konkrétních příjemností. Nakonečný (2009) označuje tento vztah ke světu za hédonický, tedy maximalizující příjemné a minimalizující nepříjemné. Vnitřní motivující pohnutka se podle něho stává motivem až tehdy, když ji člověk zpředmětnuje, tedy nachází objekt, jehož dosažením nabude uspokojení. *„Motiv vyjadřuje vždy stav vnitřní pohnutky, nikoli vnější objekt.“* (Nakonečný, 2009, s. 246)

Podle Venclové a kol. (2015) je zkoumání motivace cestování důležité z hlediska plánování a organizování. Organizace působící v oblasti turismu podle ní potřebuje mít o motivech lidí představu, a to především proto, aby mohla nabídnout uspokojující podobu turistických atrakcí a služeb. Dále je zmíněno, že by každý cestující, turista nebo poutník měl být schopen alespoň základně uvažovat o tom, jaký důvod mají jeho cesty, aby si uměl položit otázku týkající se jeho motivů a na jejich základě potom organizovat a plánovat z toho plynoucí akce. Tímto se dá vyhnout zbytečnému zklamání, přecenění svých sil apod.

Motivy se v psychologii podle Nakonečného (2009) odlišují na formy a druhy, kdy formy motivů jsou vyjadřovány termíny jako potřeby, zájmy, ideály. A druhy motivů poukazují na jejich konkrétní obsah, konkrétní uspokojení, jehož má být dosaženo, jako je potřeba bezpečí, jistoty. Za základní formu motivů jsou podle Nakonečného (2009) pokládány potřeby. Tyto potřeby vyjadřují stav nějakého nedostatku ve fungování organismu (fyziologické a biogenní) a nedostatku v sociálním bytí jedince (sociogenní / psychické).

Nakonečný (2009) dále hovoří o druzích motivů, kterých je mnoho, ale které alespoň třídí na:

- biogenní či fyziologické motivy (představují takové potřeby, jako je potřeba potravy, pohybu, odpočinku atd.)
- sociogenní či psychogenní motivy (jsou potřeby člověka jako sociální bytosti, tedy potřeba výkonu, opory, kompetence a dalších potřeb) (Nakonečný, 2009, s. 248)

Nakonečný (2009) se dále zmiňuje o A. H. Maslowovi, který vytvořil teorii „metamotivace“, pomocí níž chtěl vysvětlit fungování vývojově vyšších potřeb. Tento pojem vysvětluje dále jako vývojově nejvyšší potřeby sebeaktualizace či sebeuskutečnění, které vyjadřuje touhu člověka po dokonalosti a osobním růstu. Tito seberealizující se lidé jsou motivováni něčím vyšším, než jsou fyziologické a sociální potřeby. „Tito lidé mají pocit vlastní ceny a sebeúcty, pocit, že někam patří a mají někde své kořeny.“ (Nakonečný, 2009, s. 249,250)

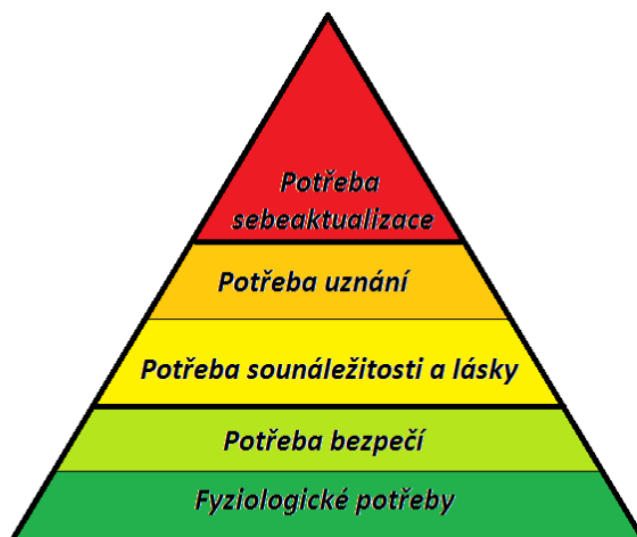
V souvislosti s rozlišením základních a vyšších potřeb (metapotřeb) se rozlišují i dva odlišné vzorce uspokojování. Základní potřeby jsou podle Nakonečného (2009) uspokojovány jejich redukcí, např. redukce hladu nasycením, redukce

strachu dosažením pocitu jistoty. Vzorcem uspokojení metapotřeb, potřeb spojených s růstem a seberealizací, je podle něho naopak indukce motivačního stavu, to znamená, že se tyto vyšší potřeby stávají neuspokojitelnými a jejich motivační vliv je tedy trvalý, což je charakteristické pro zájmy, které dále nebudou rozváděny.

Nakonečný (2009) se dále soustřeďuje na hierarchický systém potřeb, který vytvořil americký klinický psycholog A. H. Maslow, který chápe potřebu jako podmínku udržování fyzického a duševního zdraví. Potřeby uspořádal hierarchicky, a to z hlediska naléhavosti s jakou jsou prožívány jako vnitřní tlaky k jednání. Maslowovo hierarchické uspořádání potřeb od nejnižších „základních“, k vývojově nejvyšším popsal Nakonečný (2009) následovně:

- A. **Základní potřeby:** fyziologické potřeby (uspokojení hladu, žízně, sexuální uspokojení) a potřeba bezpečí (v situacích vyvolávajících ztrátu pocitu jistoty, pocit nebezpečí)
- B. **Psychologické potřeby:** potřeba přináležitosti a lásky (být milován druhými, být akceptován a patřit k někomu) a potřeba uznání (potřeba výkonu, kompetence, respektu, důvěry a získání souhlasu)
- C. **Potřeby sebeaktualizace:** potřeba realizovat své schopnosti (svůj duševní potenciál, potřeba osobního růstu – objevovat, tvořit, uspořádat). (Nakonečný, 2009, s. 256)

Tyto potřeby uspořádal A. H. Maslow do tzv. Maslowovy pyramidy potřeb.



Obrázek 1 Maslowova pyramida potřeb

Zdroj: vlastní zpracování podle Nakonečného (2009)

Dále se podle Nakonečného (2009) o motivy zajímal dánský psycholog K. B. Madsen, který se pokusil o syntetický index motivů založený na srovnávacích studiích empiricky prověřených motivů. Rozlišil motivy na primární a sekundární. Primární motivy jsou vrozené, sekundární naučené.

Nakonečný (2009) dále zmiňuje, že Madsen sestavil index 16 motivů, z nichž prvních deset jsou motivy primární a zbývajících šest jsou motivy „emocionální“, které jsou z části primární a z části získané. Mezi primární motivy podle něho patří: hlad, žízeň, sexus, motiv, péče, teplota, vyhnutí se bolesti, exkrementace, získávání kyslíku a vylučování kysličníku uhličitého, motiv odpočinku, spánku a aktivity.

Mezi primární emocionální motivy patří bezpečí a agrese, mezi sekundární motivy: sociální kontakt, výkon, prestiž a vlastnictví.

Výraznost vnitřní potřeby realizovat nějakou cestu může být podle Venclové a kol. (2015) různá jak při srovnávání jednotlivých osob mezi sebou, tak i u stejné osoby v různých obdobích a situacích. To znamená, že jedinec může mít nějaký motiv navštívit třeba Santiago de Compostela, ale tuto cestu přesto nepodnikne. O nějaký čas později se k tomuto motivu může přidat nový a o něco silnější motiv, který dá člověku smysl podniknout dobrodružnou cestu.

Venclová a kol. (2015) se dále zmiňují o tom, že ve skutečnosti nelze potřeby jednoduše seřadit. Právě potřeba cestovat je podle ní řazena mezi vyšší potřeby. Předpokládá, že příslušné motivy jsou poznávání světa a to mimo bezprostředního okolí, tedy jde o snahu přesáhnout vlastní já. Avšak většina služeb v cestovním ruchu se podle Venclové a kol. (2015) soustřeďuje pouze na zabezpečení základních potřeb jako je například stravování nebo ubytování.

Venclová a kol. (2015) dále zmiňují studii motivů, která byla provedena v Německu v roce 1961 a uvádí přehled 4 skupin motivů:

- I. **Potřeba zábavy a odpočinku.** Jde především o oddych, uvolnění tělesného i duševního napětí, nespěchání nikam a v ničem atp.
- II. **Potřeba změny a vyrovnaní.** Člověk pociťuje snahu změnit ustálené a navyklé prostředí, objevit něco nového, udělat něco pro sebe a věnovat se sám sobě.

- III. **Potřeba uvolnit dosavadní vazby.** Sociální vazby mohou být pociťovány jako zátěž a mnozí se občas potřebují od těchto vazeb osvobodit, dělat si co chtějí. Neznamená to nic negativního.
- IV. **Potřeba prožitku a naplňování osobních zájmů.** Tehdy mohou posloužit nové, nečekané situace nebo osoby, kdy může člověk zapojit radost z prožívání, překvapování, objevování nových koutů apod.

4.2 Motivace v cestovním ruchu

Cestovní ruch má v dnešní době mnoho definic, proto byly vybrány tyto dvě všeobecně uznávané definice:

1. Definice Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO – United Nations World Tourism Organization), která definuje cestovní ruch jako *„činnost osob cestujících do míst mimo své obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok, za účelem trávení volného času, služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa) či jiným účelem.“* Tuto definici je třeba rozšířit a upřesnit, jelikož použití spojení *„jiný účel“* je velmi nepřesné. Podle výkladového slovníku Zelenky a Páskové (2012) jde o tyto účely účastníků cestovního ruchu: zábava, rekreace, poznávání, setkávání, vzdělávání, pracovní (pracovní činnost však nesmí být odměňována subjektem z navštívené země).
2. Definice Zelenky a Páskové z Výkladového slovníku cestovního ruchu (Zelenka a Pásková, 2012 s. 45), kteří definují cestovní ruch jako *„komplexní společenský jev jakožto souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu“* nebo jako *„souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně – správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“*

Cestovní ruch je významným odvětvím světového hospodářství. Tento význam regionálně i globálně roste, proto je nutné brát motivaci jako důležitý faktor v tomto odvětví. Podle Zelenky (2015) bude cestovní ruch dynamicky růst i v nejbližší budoucnosti a to i přes problémy s teroristickými útoky v minulosti a v následujících letech.

Problémem cestovního ruchu podle Nakonečného (2009) je ekonomická a společenská krize, která začala již v roce 2008. Přes tyto nesnáze je cestovní ruch pro člověka v dnešní době důležitý a posouvá se podle něho v Maslowově žebříčku potřeb na vyšší pozice.

Dále motivace analyzuje důvody, motivy osob a pohnutky k cestování. Člověk má podle Nakonečného (2009) potřebu, kterou se snaží uspokojit a dosáhnout tak ideálního stavu. Cestování je možností uspokojování rozsáhlých potřeb. Tyto potřeby jsou také velmi individuální. Někdo touží navštívit krásná přírodní místa a splynout s přírodou a jiný chce poznávat umělecká díla tvořící kulturu a být ve středu dění. Nakonečný (2009) zmiňuje, že motivace jsou velmi odlišné u individuálních cestovatelů a u klientů cestovních kanceláří nebo u jiných odborných poskytovatelů. Motivací individuálních cestujících může být poznání místních lidí, přírody a ztotožnění nebo mít jednoduše při rozhodování volnost. Další motivací může být náboženství, touha po změně prostředí, studium kultury, zlepšení se v cizím jazyce, odpočinek, gastronomie, návštěva příbuzných nebo získávání nových přátel. Ale patří sem také obchodní cesty, sexuální cestovní ruch nebo touha po něčem novém a neznámém a další.

Nakonečný (2009) hovoří o tom, že motivace v cestovním ruchu rozvíjí naši osobnost a naše zájmy, uspokojuje naše potřeby a upevňuje nebo mění naše postoje. Dále pak uvádí otázky, které by si měl položit každý člověk, který cestuje.

Mimo jiné zmiňuje tyto základní otázky:

- Proč bychom měli cestovat do dané země a co od ní můžeme očekávat?
- Co nám daná země nebo destinace může nabídnout?
- Jak a s kým cestovat?
- Jaká je cena a jakou má pro nás hodnotu produkt cestovního ruchu?

Podle Nakonečného (2009) je pro hledání ideální motivace potencionálních návštěvníků třeba průzkumu trhu a zjištění jaké preference návštěvníci mají. Existují různé metody a strategie. Na návštěvníka podle něho působí spousta dalších motivačních i demotivačních faktorů během čerpání služby nebo produktu cestovního ruchu, jako je například vyspělost navštěvované země, měna, jiná kultura, dopravní infrastruktura nebo návštěvnost dané destinace.

Venclová a kol. (2015) uvádí, že v Německu byly prováděny rozsáhlé výzkumy, ze kterých vyplývá, že relaxovat v podobě turismu chce zhruba 72 % turistů. Jako další motiv uvádí únik z denní rutiny (67 % turistů). Avšak z těchto uvedených hodnot podle ní vyplývá, že tyto a i jiné uváděné motivy se překrývají. Znamená to, že lidé chtějí relaxovat v podobě úniků z únavné každodennosti. (Venclová a kol., 2015 s. 41)

Dále uvádí 3 základní faktory turistické motivace:

- I. Potřeba úniku.
- II. Potřeba kontaktu a prožitku nějaké nové a odlišné kultury.
- III. Potřeba obnovení vlastní prestiže.

Na závěr těchto úvah se Venclová a kol. (2015) ptá, jestli není rozumnější hledat specifické odpovědi pro každou specifickou situaci a ne obecně porovnávat heterogenitu cestovních zážitků, motivů či potřeb a hledat obecné odpovědi.

UNWTO a WYSE Travel Confederation (2011) shrnují faktory motivace do následujících šesti základních motivů:

- I. Cestování jako motivace učení se novým věcem.
- II. Cestování jako poznávání nových přátel.
- III. Cestování jako způsob seznamování se s cizí kulturou.
- IV. Cestování jako zdroj kariérního růstu.
- V. Cestování jako hodnota osobního rozvoje.
- VI. Cestování jako součást vlastní identity – jsi tím, kde jsi byl.

4.3 Cestování mladých

4.3.1 Vymezení pojmu „mladí lidé“

Smolík (2010) definuje mladé lidi jako demografickou skupinu obyvatelstva ve stavu vývoje mezi dětstvím a dospělostí. Tato fáze nemá ve společnosti stanovené přesné věkové hranice, ale ve většině případů je uváděn věk od 15 – 25 let. Smolík (2010) dále uvádí, že odborná sociologie a psychologie charakterizuje mládí jako období přechodu mezi dětskou závislostí a relativní nezávislostí a svébytností dospělého, jako období individuálního vývoje, ve kterém dochází k dotváření předpokladů jedince pro jeho reprodukci.

Atkinsonová a Hilgard (2012) definují tuto věkovou skupinu jako určité stádium vývoje u člověka, který se nachází v období mezi dětstvím a dospělostí. Dále se zmiňuje o charakteristických znacích mladých lidí, jako jsou zábavné aktivity, příprava na profesi, aktivity ve skupinách vrstevníků, stabilizace v povolání nebo morální citlivost.

4.3.2 Mladí cestovatelé

Podle článku „Youth Travel – mladí cestovatelé“ mladí lidé sami sebe označují spíše za cestovatele než za turisty. (Šindelářová, 2008) Tento sektor se označuje anglickým názvem „Youth Travel“ a je v současné době považován za jeden z nejrychleji rostoucích v rámci světového cestovního ruchu. Hlavní motivací mladých lidí je poznávání jiných míst a kultur či rekreace a zábava. Obvykle se vydávají na jednu kratší a jednu delší cestu ročně a čím zkušenějšími cestovateli jsou, tím více se vydávají mimo hlavní turistické destinace. Za nejdůležitější zdroj informací podle Šindelářové (2008) považují internet, rodinu a známé. Internet využívají také, ve větší míře než ostatní věkové skupiny, k rezervacím a plánování cest. Mezi nejdůležitější faktory ovlivňující cestování mladých je zařazována cena. Nejčastějším typem ubytování je hostel a hotel.

Šindelářová (2008) dále ve článku cituje UNWTO: „Podle UNWTO představuje cestování mladých odhadem 20 % světových mezinárodních příjezdů a je jedním z nejdynamičtěji rostoucích sektorů na trhu. Přitom se nemusí jednat nutně o batůžkáře. Průměrná útrata na jednu cestu vzrostla za 5 let o 40 %, na téměř 2 tisíce eur.“

Dále zmiňuje průzkum New Horizons II, který provedla WYSETC v roce 2007. Tento průzkum se podle ní snažil odpovědět na otázku „Proč jsou právě mladí lidé hybnou silou a nadějí současného cestovního ruchu?“

Z tohoto výzkumu vyplynulo, že:

- I. Mladí lidé cestují častěji,
- II. navštěvují více destinací a objevují nové,
- III. utrácejí za cestování více než kterákoliv jiná skupina,
- IV. chtějí nové zkušenosti a informace, jsou odvážní,
- V. neodradí je ani hrozba terorismu, přírodních katastrof či epidemií.

Šindelářová (2008) v souvislosti s cestováním mladých označuje za důležitý pojem i tzv. „Gap Year“, neboli „přelomový rok“. Tento pojem souvisí s dobou, kdy se mladí lidé vydávají na cesty po zakončení určitého studijního cyklu, před startem profesní kariéry nebo při změně zaměstnání. Tento pojem se ovšem vztahuje na tři věkové skupiny: 18-24 let (před, během či po ukončení univerzitního studia), 25-35 let (přestávka v kariéře a zároveň období před založením rodiny) a 55-65 let (před či při odchodu do důchodu).

Na základě řady studií a průzkumů lze sledovat určitá specifika cestovního ruchu mladých. Podle Indrové a kol. (2008) se tento segment snaží vyhnout sezónnosti, absolvuje delší pobyty než ostatní turisté, hledá společenské interakce, vyhýbá se zájezdům, očekává kvalitní služby a používá k plánování svých cest internet.

Hodnoty ovlivňující mladé cestovatele



Obrázek 2 Hodnoty ovlivňující mladé cestovatele

Zdroj: Převzato z UNWTO & WYSE Confederation (2011)

UNWTO a WYSE Travel Confederation (2011) uvádějí tyto faktory, které nejvíce ovlivňují mladé cestovatele. Jedná se o faktory, které na mládež působí během cestování a tím ovlivňují a mění způsob jejich plánování a následného cestování.

4.3.3 Oblíbené regiony

Oblíbenými regiony podle Šindelářové (2008) jsou jižní, severní a východní Evropa a severní Amerika. Zdvojnásobila se i obliba jihovýchodní Asie, Číny a Japonska. A mezi nejoblíbenější státy jsou považovány Austrálie, USA a Francie. Pokud se jedná o baťůžkáře, je oblíbenou destinací právě Česko, jehož obliba v tomto kontextu je celosvětová. Šindelářová (2008) dále hovoří o dlouhodobém cíli agentury CzechTourism, který by měl podporovat návštěvnost regionů mimo Prahu.

4.3.4 Význam a nejčastější typy cestování mladých

Článek dále hovoří o účelu cestování mladých, kterým může být právě zdokonalení jazykových dovedností, práce, studium a v neposlední řadě dobrovolnická činnost. Mladí lidé přiznávají, že je cestování učí větší toleranci vůči jiným lidem a kulturám, a přimělo je, více se zajímat o dění kolem sebe. Cestování podle ní přispívá nejen k pozitivní percepci světa, ale také k šíření principů udržitelného rozvoje a zodpovědného způsobu cestování. Spousta zemí pracuje na způsobech, jak přilákat mladé cestovatele. Šindelářová (2008) jako jeden ze způsobů uvádí například rozvoj sportovních a adrenalinových aktivit a budování příslušné infrastruktury. Jde nejen o možnost ubytování, ale také o zavádění systémů slev pro tuto skupinu klientů apod. Dále se zmiňuje o tom, že na mladé cestovatele dělá velký dojem také moderní a kvalitní internetová prezentace dané destinace či regionu.

Vystoupil a kol. (2011) zmiňuje, že nejčastější motivací mladých lidí je poznání a následně rekreace a zábava, z nichž se odvíjí jednotlivé formy cestovního ruchu. Dále se zmiňuje o nejčastějších formách cestovního ruchu mladých lidí a to o:

Poznávacím cestovním ruchem, jehož primární motivací je poznání historie, společnosti či přírody. Do této kategorie tedy patří kulturně, historicky a přírodně poznávací cestovní ruch. Mládež podle Vystoupila a kol. (2011) vyhledává jiný způsob života, poznává ráda cizí kulturu, zvyky a tradice apod.

Další uváděnou formou cestovního ruchu je **rekreační cestovní ruch**, který je spojován jak s fyzickou, tak i psychickou rekreací. V letních obdobích je oblíbená rekreace u vody, ať už jde o řeky, rybníky nebo moře.

Velmi vyhledávanou formou cestovního ruchu podle Vystoupila a kol. (2011) je také **sportovní cestovní ruch**. Mladí lidé jsou aktivní v každém ročním období a sportovní vyžití je dobrým odreagováním od studijních povinností nebo od práce. Tento typ cestovního ruchu je možné absolvovat jako aktivní sportovec nebo pouze jako divák.

4.3.5 Vybrané specifické typy cestování mladých

Vzdělávací cestovní ruch

Podle Páskové a Zelenky (2012) se jedná o takový cestovní ruch, „jehož účastníci jsou motivováni získáváním znalostí a dovedností v navštívené zemi, a to na náklady návštěvníka nebo organizací a institucí v zemi bydliště návštěvníka.“ (ZELENKA, PÁSKOVÁ, 2012, s. 321)

Do této skupiny podle Eliášové (2016) patří jazykové pobyty, poznávání místních kultur, studijní pobyty apod. Pokud budeme hovořit o studijních pobytech, existuje mnoho mezinárodních programů podporujících studenty, jako je například Erasmus nebo Leonardo da Vinci. Cílem těchto pobytů v zahraničí je podle ní naučit se nebo zdokonalit se v cizím jazyce v zemi, ve které se tímto jazykem mluví. Studenti na zahraničních univerzitách tráví jeden až dva semestry, během kterých musí splnit určité podmínky. Délka jazykových kurzů je poněkud kratší a to 5 – 6 týdnů. Studenti využívají grantů a stipendií, které jim škola na tyto pobyty poskytuje. Tyto programy podporují také vzájemné vztahy a spolupráci mezi vysokými školami.

V rámci vysokoškolského studia lze podle Eliášové (2016) do vzdělávacího cestovního ruchu zařadit také pracovní stáže. Studenti vykonávají praxi v zahraničních podnicích, školách či výzkumných střediscích apod. Tato praxe bývá v délce od 3 do 12 měsíců. Zpravidla za tuto práci studenti nedostávají zapláceno, ale jsou v rámci programu finančně podporováni prostřednictvím stipendia.

Pracovně poznávací pobyty

jsou podle NaZkušenou.cz (2007-2016) programy, které umožňují mladým lidem pracovat a cestovat po určitou dobu ve vybrané zemi. Každý stát, který program nabízí, si stanovuje speciální podmínky, které se týkají délky programu, typu práce, věkového omezení účastníků apod. Dále se v článku uvádí, že student po skončení práce může cestovat po dané zemi. Za nejoblíbenější a nejčastější se označuje program „Work & Travel“ ve Spojených státech amerických. Každý stát si určuje přesné podmínky, které musí účastník splňovat. Tyto programy zprostředkovávají také agentury. V některých případech ovšem nemusí zájemce vycestovat přes

agenturu a tím ušetří. Mezi agentury, které nabízejí programy „Work & Travel“, patří kupříkladu Student Agency nebo Camp Americano. Ohledně vykonávané práce je studentům nabízena práce v cestovním ruchu, například v hotelu nebo v restauraci.

Dobrovolnický cestovní ruch

Podle Páskové a Zelenky (2012) jsou účastníci dobrovolnického cestovního ruchu „motivováni nezištnou pomocí (za ubytování, poskytnutí stravy a případně menší kapesné) v různých odvětvích po celém světě.“

Šindelářová (2008) užívá termín „Volunturismus“ jako termín z anglického „Voluntourism“ který vznikl spojením slov volunteer (dobrovolník) a turismus. Dále specifikuje tento turismus jako spojení dovolené s aktivní pomocí navštíveným oblastem. V praxi to zpravidla znamená, že během týdne se pracuje a o víkendu je možnost poznávat danou zemi očima běžného turisty. Běžným motivem účastníků je podle ní touha „udělat něco dobrého“ a zároveň poznat místa, na která by se jinak pravděpodobně nedostali. Účastníci vykonávají různé práce od neodborných přes výuku jazyků až po vysoce odbornou lékařskou pomoc. Šindelářová (2008) tvrdí, že ceny pobytů se liší podle typu destinace a služeb, které jsou poskytovány zprostředkující organizací.

4.4 Mentální a kognitivní mapy

Mentální mapa podle Zelenky (2008) reprezentuje fyzické či virtuální představy člověka. Jde o zaznamenávání lidských duševních činností (představ, myšlenek) na papír nebo v elektronické podobě. Mentální reprezentace fyzického světa má podle Zelenky a Vyšaty (2014) dvě na sebe navazující podoby – percepční a kognitivní mapu. Percepční mapa je podle nich bezprostředním obrazem fyzického světa, vytvářeným v lidském mozku jako syntéza smyslových vjemů a předchozí zkušenosti se zpracováním smyslových vjemů. Jde tedy o individuální obraz, který je jedním z typů mentální mapy. Dále tvrdí, že vytvoření kognitivní mapy může být návazností na percepční mapu. Kognitivní mapa je podle Zelenky a Vyšaty (2014) vnitřní (mentální) reprezentace fyzické reality v mozku člověka, tradičně pak v pojetí prostorových vztahů mezi objekty.

Mentální mapa může být ve vztahu ke geografickému prostředí. Vnímáním člověka vzniká deformovaný mentální obraz oblasti světa. To znamená, že dochází ke zkreslení vzdáleností, velikosti objektů, úhlů nebo vzájemné pozice objektů.

Mentální mapy jsou podle ManagementMania.com (2015b) účinnou technikou, která se používá pro řešení problémů při podnikání: brainstormingu, učení a při osobním rozvoji atd. V této práci byly mentální mapy využity pro zjištění povědomí cizích studentů, kteří přicestovali do České republiky, o Hradci Králové. Stejně tak studenti UHK vypracovávali mentální mapy o cizích zemích, do kterých cestovali. Mentální mapy jsou využívány, jak už bylo řečeno, i při učení, kdy vznikají grafické obrazce řešeného problému nebo studijní látky, které zobrazují souvislosti a vazby jednotlivých částí. Toto grafické řešení je velmi individuální, záleží tedy na kreativitě a vědomí daného jedince.

Mapy mohou vznikat pomocí zakreslení barevnými tužkami na papír nebo pomocí speciálního software na vytváření mentálních map jako je CmapTools nebo ConceptDraw MINDMAP, které jsou k dispozici na internetu. Výhodou elektronického řešení mentálních map je možnost manipulace s mapou i pro více řešitelů. Další výhodou elektronického tvoření map je fakt, že vzniklou mapu můžete zcela změnit v průběhu tvoření, aniž byste museli začínat znova od začátku.

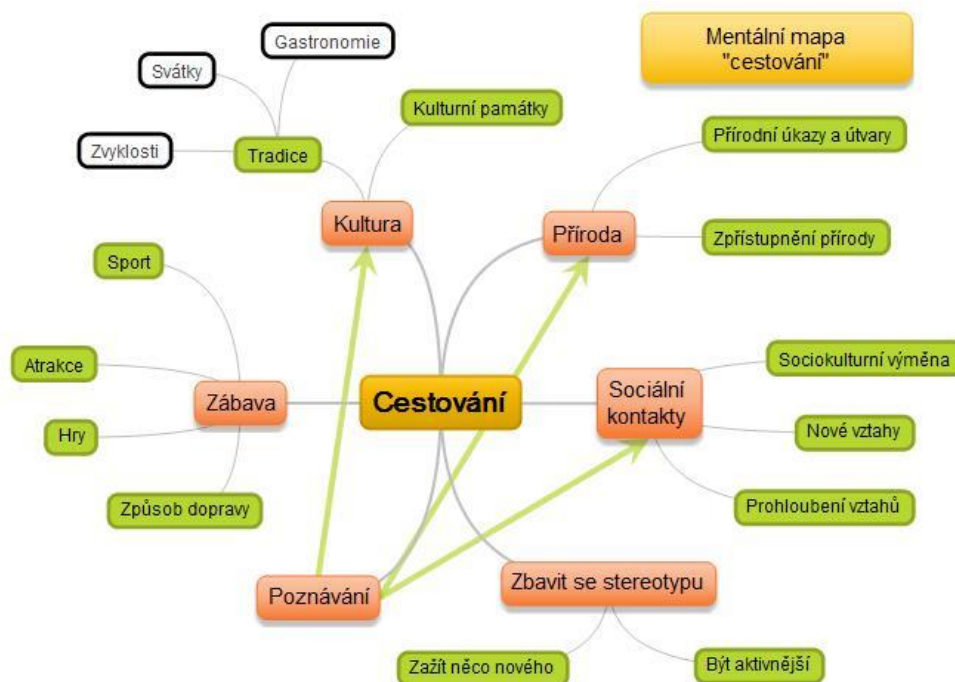
4.5 Princip tvoření mentální mapy

Ve středu mapy se nachází hlavní objekt, jde o jádro myšlenkové mapy. Jsou přidávána hlavní témata, která se hlavního objektu týkají, a potom jsou i tato jednotlivá témata podrobněji rozebrána. Větvení může obsahovat klíčová slova, ilustrace nebo jejich kombinaci. Jednotlivá témata a pojmy jsou asociací k hlavnímu objektu a rozvíjejí ho.

Výhodou mentálních map je fakt, že díky nim se lépe učí, plánuje, přemýšlí nad věcmi komplexněji a věci se lépe zapamatovávají. Zachycuje se celková myšlenka i s podrobnostmi a dochází k šetření času. Nevýhodou při tvorbě map je potřeba pracovat s rozsáhlejším textem. Jak uvádí Zelenka (2008), mentální mapy nejsou příliš rozšířeny a tak dochází k nepochopení podstaty. Kvůli vlastní individualitě

není vždy snadné porozumět cizí mentální mapě. Bohužel nelze všechna témata zobrazit hierarchicky.

Pro představu je uvedena vlastní mentální mapa „cestování“ na **obrázku 3**.



Obrázek 3 Mentální mapa cestování

Zdroj: Vlastní zpracování

Ve středu mapy se nachází „cestování“ jako hlavní myšlenka, která je dále rozvíjena do hlavních témat: kultura, příroda, zábava, poznávání, přátelé a zbavení se stereotypu. Z těchto témat vycházejí podtémata, která jsou konkrétnější a rozvíjejí hlavní téma. Jedním z hlavních témat je třeba zábava, která je dále rozvíjena na sport, atrakce, hry a způsob dopravy. Doprava jako taková je pro cestující důležitým faktorem během cestování. Každý člověk preferuje jiný způsob cestování. Někdo se těší především do cílové destinace, jiný člověk si užívá let letadlem nebo cestování stopem po Evropě.

Hlavní téma „poznávání“ neobsahuje žádné podtéma, ale poukazuje šipkami na tři jiná hlavní témata, a to na kulturu, přírodu a přátele. Tyto vybraná témata tvoří nejdůležitější motivy cestování. Díky těmto motivům se vydáváme na cesty.

5 Praktická část

5.1 Sekundární výzkum motivace

Součástí sekundárního výzkumu je program Erasmus a dvě studie (dánská a vietnamská), které se zabývaly motivací mladých lidí a studentů při cestování.

5.1.1 Program Erasmus



Národní agentura pro evropské vzdělávací programy (2007-2016) prezentuje program Erasmus jako významný v oblasti programů vzdělávání a odborné přípravy. Tento program je zaměřen na mobilitu a spolupráci ve vysokoškolském vzdělávání v Evropě. Aktivity tohoto programu jsou určeny pro vysokoškolské studenty, kteří si přejí studovat a pracovat v zahraničí, pro vysokoškolské pedagogy a školitele podniků, kteří chtějí vyučovat v zahraničí, a pro vysokoškolské pracovníky, kteří mají zájem o vzdělání v zahraničí. Erasmus podle agentury podporuje také spolupráci vysokoškolských institucí.

NAEP (2007 - 2016) dále uvádí hlavní cíle programu:

- *„Zlepšit kvalitu a zvýšit objem mobility studentů a zaměstnanců v rámci Evropy.*
- *Zlepšit kvalitu a zvýšit objem multilaterální spolupráce mezi vysokoškolskými institucemi v Evropě.*
- *Zvýšit úroveň transparentnosti a slučitelnosti kvalifikací vysokoškolského vzdělávání v Evropě.*
- *Zlepšit kvalitu a zvýšit objem multilaterální spolupráce mezi vysokoškolskými institucemi a podniky v Evropě.“*

Jak jsou studenti motivováni pro pobyty v zahraničí prostřednictvím programu Erasmus?

NAEP (2007 - 2016) dále uvádí stimulační faktory, které studenty motivují. Studenti jsou tedy k těmto pobytům cíleně motivováni několika následujícími faktory.:

- stipendiem,
- webovými stránkami,
- videospoty,
- pomocí v profesním rozvoji,
- pořádáním různých akcí
- a dalšími.

Program také nabízí zapojení studentů do systému, aby se sami stali jeho součástí. Dále jsou zveřejňovány články studentů, kteří již s programem měli zkušenost. Studenti ve člancích píšou, jak probíhal jejich pobyt v zahraničí, a radí ostatním studentům, jak a proč cestovat.

NAEP (2007 - 2016) uvádí důvody, proč vyjet do zahraničí:

- *„větší motivace ke studiu/práci*
- *získání nezávislosti, sebedůvěry*
- *student neplatí žádné školné ani poplatky související s výukou*
- *studijní pobyt/pracovní stáž není „prázdným“ rokem - započítává se do studia*
- *osobní rozvoj - výuka totiž neprobíhá jen v přednáškových sálech*
- *přístup k mnohem širšímu spektru předmětů než na domácí škole*
- *zviditelnění na trhu práce*
- *zlepšení jazykových dovedností*
- *navázání celoživotních přátelství/partnerství*
- *poznávání nových kultur, rozvíjení multikulturního pohledu na společnost*
- *Je to zábava. :-)*“

Organizace ESN (International Exchange Erasmus Student Network) shrnula obecné důvody studentů pro cestování:

- „unikátní zážitek z osobního i akademického pohledu
- zlepšení komunikace a orientace v mezinárodním prostředí
- poznání kultury
- naučení se jazyka
- vyrůst v osobnost, dospět“

Studenti často zjišťují informace o programu Erasmus buď od univerzity, nebo od svých spolužáků. Proto byla tato část doplněna o vlastní zkušenosti Voliny Serban, studentky z Rumunska, která strávila semestr v Rakousku.

Serban (2015) sepsala 7 důvodů, proč studovat v zahraničí přes Erasmus:

1. Zjistíš, co studium v zahraničí obnáší.
„...Studium v zahraničí jen na určitou dobu a díky Erasmu ti ukazuje, co vše obnáší pobyt v zahraničí, a později se můžeš sám rozhodnout, zda to chceš podstoupit sám a třeba na mnohem delší dobu.“ (Serban, 2015)
2. Dostaneš finanční podporu.
(Stipendium, jehož obnos závisí na vysílající i cílové destinaci.)
3. Naučíš se nový jazyk, nebo procvičíš a zdokonalíš ten, co už znáš.
4. Získáš inspiraci a motivaci.
„...obrovský zdroj inspirace pro tvé budoucí plány a možná také skutečný odrazový můstek pro tvou budoucí kariéru.“ (Serban, 2015)
5. Staneš se více zodpovědným.
6. Získáš přátele z celého světa.
7. Vycestuješ mnohem dále.
„Cestování se stane tvým denním chlebem, ...navštěvování okolních zemí nebo objevování toho, co vše ti daná země může nabídnout.“ (Serban, 2015)

5.1.2 Dánská studie z Esbjergu

Faktory ovlivňující motivaci mladých lidí při/během výběru destinace evropského města.

Do sekundárního výzkumu byla vybrána studie z Esbjergu v Dánsku, jejímiž autory byli dánští studenti Nemanja Tomic, Bojana Kovačević, Nemaja Berber a Nataša Milic. Tento výzkum se zabývá motivačními faktory, které ovlivňují mladé lidi při výběru městské destinace v Evropě, a pomáhá tak ukázat rozdíly v procesu výběru destinace mezi dánskými a zahraničními studenty. Tento výzkum byl vybrán, protože stejně jako v primárním výzkumu této práce zde dochází k porovnávání výsledků tuzemských studentů vůči zahraničním. Dále pak i pro rozdělení respondentů podle pohlaví.

V tomto výzkumu byla využita a analyzována data ze Statistical Package for Social Sciences (SPSS 19) = statistiky pro sociální vědy. Studenti si stanovili tyto 3 hypotézy:

H1: Existují statistické rozdíly mezi motivací Dánů a mezinárodních studentů při výběru evropské destinace.

Od této hypotézy byly odvozeny další dvě a to:

H2: Existují rozdíly v motivaci u jinak starých studentů.

H3: Existují rozdíly v motivaci u lidí odlišného pohlaví.

Podle Tomic a kol. (2014) byla věková hranice respondentů, kteří současně studují v Esbjergu, stanovena od 18 do 35 let. Zkoumaný vzorek obsahuje 192 respondentů, kteří vyplnili jejich dotazníky. Jednalo se o 128 žen a 64 mužů. Autoři výzkumu tvrdí, že vzorek respondentů nebyl relevantní pro tento výzkum, protože 86 % z respondentů sice navštívilo alespoň jednou nějaké jiné město v zahraničí, ale 14 % nikdy žádné nenavštívilo a přesto na otázky odpovídalo.

V této analýze se dále hovoří o vytvoření 7 možných faktorů, které byly dále analyzovány použitím nezávislých vzorků t-testu a jednosměrného ANOVA testu.

A uvádějí tyto faktory:

- párty a zábava,
- přístup k informacím o destinaci,
- rychlá a levná organizace cestování,
- outdoorové aktivity,
- sociální kontakty s místními lidmi,
- dobrá nákupní místa,
- a objevování neznámého.

Tomic a kol. (2014) ve svém výzkumu také zmiňují dva autory, Richarda a Wilsona (2003), kteří využili ve svém výzkumu na nezávislých mladých a cestujících studentech analýzu faktorů, čímž identifikovali 4 hlavní faktory:

vyhledávání zážitků, vyhledávání odpočinku, sociabilita a „přispění“ do destinace. Podle dánských studentů není překvapující, že jsou zde mnohé podobnosti mezi těmito dvěma analýzami faktorů, protože obě pracují s faktory motivace mladých lidí. Nicméně zdroj turistických informací a faktor „šetření peněz“ jsou pro studenty z Esbjergu také velmi důležité hodnoty, avšak nezapadají ani do jedné z Richardsonových a Wilsonových skupin 4 faktorů. Tento rozdíl může podle nich být způsoben tím, že pozornost byla soustředěna pouze na destinaci města v Evropě a studenty v tomto výzkumu, kteří žijí v Esbjergu.

Jak už bylo zmíněno, jejich první hypotéza zněla: „Existují rozdíly v motivaci dánských a mezinárodních studentů při výběru cílové destinace v Evropě.“ Tato hypotéza byla úspěšně potvrzena t-testem. Na základě výsledků testu došli k závěru, že pro dánské studenty jsou hodnotnější faktory přístupu k internetu a dobrá nákupní místa významnější než pro cizince. Nicméně zahraniční studenti se podle této studie zdají být více otevření a dobrodružní než Dáni, protože dávají větší důraz na setkávání se s místními lidmi a objevování neznámého. Tyto faktory

primární výzkum nehodnotil, ale co se týče otevřenosti a dobrodružství jsou na tom jak studenti UHK, tak studenti z cizích zemí velmi podobně.

Druhá hypotéza jejich výzkumu byla potvrzena jen částečně. Pouze v případě outdoorových aktivit byly shledány výrazné rozdíly mezi věkově odlišnými respondenty. Jen studenti do 20 let na toto kladli větší důraz. S touto hypotézou není možné porovnávat primární výzkum, jelikož studenti UHK a studenti z cizích zemí byli ve velmi úzkém věkovém rozmezí mezi 21 – 24 let.

Také jejich třetí hypotéza byla potvrzena jen částečně. Jako jediný faktor s velkým rozdílem uvádějí dobrá nákupní místa. Tento faktor byl důležitější pro ženy, což ale bylo očekáváno, protože je známo, že ženy mají více rozvinuté nákupní preference než muži. Ani u této hypotézy nelze nalézt stejné výsledky, protože u studentů UHK a zahraničních studentů se tento faktor ani neobjevil. Žádný ze studentů v otevřených otázkách nezmněl tento faktor. Obchodní domy byly zakreslovány pouze do map a to bez rozdílů pohlaví respondenta. U tohoto rozdělení byl odhalen faktor strachu, který byl u dívek častější odpovědí než u chlapců.

Na závěr autoři uvádí, že zde jsou značné rozdíly mezi Dány a jinými studenty v případě výběru cílové destinace v Evropě. I kdyby opomenuli jejich původ, přesto by byli muži i ženy obecně motivováni stejnými faktory, až na již zmiňovaný faktor nákupních míst. Podle této studie je možné spatřit stejný trend rovněž v případě rozdílných věkových skupin, kde nejmladší zvažují možnosti outdoorových aktivit při výběru jejich cílové destinace.

Z výsledků jejich studie dále vyplývá, že obecně jsou mladší lidé stejného pohlaví a věku motivováni velmi podobnými až téměř stejnými faktory. Cílová skupina studentů je podle studie velmi důležitá pro potřeby cestovního ruchu a pro nové destinace evropských měst.

Na závěr navrhuje autoři další výzkum kulturních a národnostních rozdílů na základě jejich motivací, který dle nich může být také velmi přínosný pro evropské město, jež účelně organizuje své marketingové kampaně.

Výzkum dánských studentů, stejně jako primární výzkum této práce, pracuje s faktory motivace mladých lidí. Pro dánský výzkum bylo zvoleno několik hypotéz a stejně tak v primárním výzkumu bylo zvoleno několik faktorů, které by mohly studenty motivovat.

5.1.3 Studie z Vietnamu

Cestování mladých a studentů: Motivace, potřeby a proces rozhodování.

Další vybraný výzkum s názvem „Cestování mladých studentů: Motivace, potřeby a proces rozhodování“ byl prováděn ve Vietnamu. Jeho autorkou je Nguyen Thi Khanh Linh. Vybrán byl rovněž z důvodu zkoumání motivace mladých lidí a studentů. Nejedná se však o evropskou zemi a bylo tak možné předpokládat, že v tomto výzkumu byly použity odlišné motivační faktory. Proto byly zjištěny i jiné výsledky.

Tento dokument byl založen na datech, která byla shromážděna od 231 studentů prostřednictvím dotazníků, a ukazuje, že mladí turisté nejvíce zvažují úroveň bezpečnosti destinace, úroveň a cenu dopravy, ubytování a zajištění stravy provozovatelem cestovního ruchu během výjezdu. Tyto hlavní faktory zde nejvíce ovlivňují jejich výběr.

Také čeští a zahraniční studenti se v primárním výzkumu této bakalářské práce zmiňují o bezpečnosti a o strachu z drobné kriminality nebo nemocí.

Vzorek respondentů výzkumu z Vietnamu

Mezi 231 respondenty bylo 89 mužů a 142 žen. Většina respondentů byla z třetího ročníku. Na druhé pozici jsou studenti prvního ročníku následovaní skupinou z druhého ročníku. A pouze 26 studentů je ze čtvrtého ročníku.

Tato studie sleduje u respondentů způsob a četnost cestování i motivy. Ve výzkumu četnosti cestování došla autorka k závěru, že 155 z 231 dotazovaných studentů vycestuje do zahraničí minimálně jednou až dvakrát ročně, 53 respondentů 3-4 krát ročně. V souhrnu tvoří první dvě kategorie 90 % celkového vzorku. Jen 11 respondentů cestovalo 5 až 6 krát ročně a 12 cestovalo více než 6 krát ročně. Autorka dodává, že důvodem, proč mladí lidé necestují více, může být náročnost jejich studia.

Dalším výzkumem byla motivace k cestování.

V této části došla autorka k závěru, že mladí lidé spíše cestují na základě push faktorů, jako je únik před každodenností a relaxace atd. Tyto faktory se objevily v menší míře i v primárním výzkumu u studentů UHK a studentů z cizích zemí.

Studie zmiňuje, že motivy k cestování jsou rozděleny do dvou skupin: na push a pull faktory. Přitom push faktory mají výraznou převahu s celkovými 86,8 % všech odpovědí, zatímco pull faktory tvoří jen 12,9 %. Toto zjištění potvrzují i studie Danna (1981) a Cromptona (1979), kteří si myslí, že oba push a pull faktory motivují, ale pull zpravidla mnohem méně. Mezi pull faktory patří například atraktivita destinace nebo reklama a další.

Autorka této studie došla k závěru, že cestování mladých rychle vzrůstá. Většina mladých jezdí více než 4krát ročně na dovolené. Léto, státní svátky a volna jsou pro ně nejvhodnějšími termíny. Dále pak ze studie vyplývá, že průměrně trvá výjezd mladých lidí do zahraničí cca. 5 dní. Dále bylo zjištěno, že čím vyššího vzdělání respondent dosahuje, tím kratší je délka jeho pobytu. Ve většině případů je rozpočet u žen vyšší než u mužů. Rodina a přátelé jsou nejčastějšími společníky při cestování, hned po nich jsou na řadě přátelé a kolegové. Většina z dotazovaných preferuje vytvoření vlastního itineráře před účastí na organizovaných výletech apod. Na závěr studie zdůrazňuje, že push faktory dominují nad pull faktory.

Při výzkumu bylo zjištěno, že mladí lidé získávají informace nejčastěji od přátel a příbuzných a až na druhém místě z internetu. Dále je při výběru destinace první starostí všech „bezpečnost“ a potom „klima a prostředí“. Autorka zmiňuje, že existuje značný rozdíl mezi nahlížením na úroveň bezpečnosti destinace u mužů a u žen. Dále jsou pro respondenty důležité možnosti dopravy, ubytování a stravování, kupodivu cena nehraje až tak velikou roli.

Podle předpokladů zvolila autorka studie Nguyen odlišné faktory motivace oproti primárnímu výzkumu této práce. Zajímala se o četnost vycestování a o to, s kým mladí lidé cestují. Další odlišností byly „push a pull“ faktory. U nich byla v primárním výzkumu zkoumána hodnota pouze jediného push faktoru „zbavení se stereotypu“ formou otázky, zda je pro studenty důležitým či slabým motivačním faktorem.

5.2 Vlastní výzkum motivace

5.2.1 Průběh dotazníkového šetření

Šetření ohledně motivace studentů UHK a studentů z cizích zemí proběhlo pomocí tištěných dotazníků, které byly prováděny asistovanými rozhovory a později i elektronickou formou – online – , jak už bylo zmíněno v kapitole „Metody výzkumu“. Dotazníky byly tvořeny tak, aby přinesly důležitá data k vyvození závěrů. Tyto dotazníky se nacházejí v příloze bakalářské práce a otázky v nich byly tvořeny pomocí odborných knih.

Jednalo se o první dotazník, který měl ukázat motivy, očekávání a znalosti země, do které studenti cestují. Tento dotazník byl předložen studentům UHK v období, než odcestovali do cizí země, a studentům, kteří do České republiky přicestovali z jiných zemí, bezprostředně po jejich přicestování. Pro studenty ze zahraničí byl dotazník vypracován v anglickém jazyce. Tento dotazník musel být vytvořen co nejdříve, aby zahraniční studenti, kteří do České republiky přicestovali, mohli do dotazníků zaznamenat aktuální pocity a informace ihned po jejich příjezdu do České republiky.

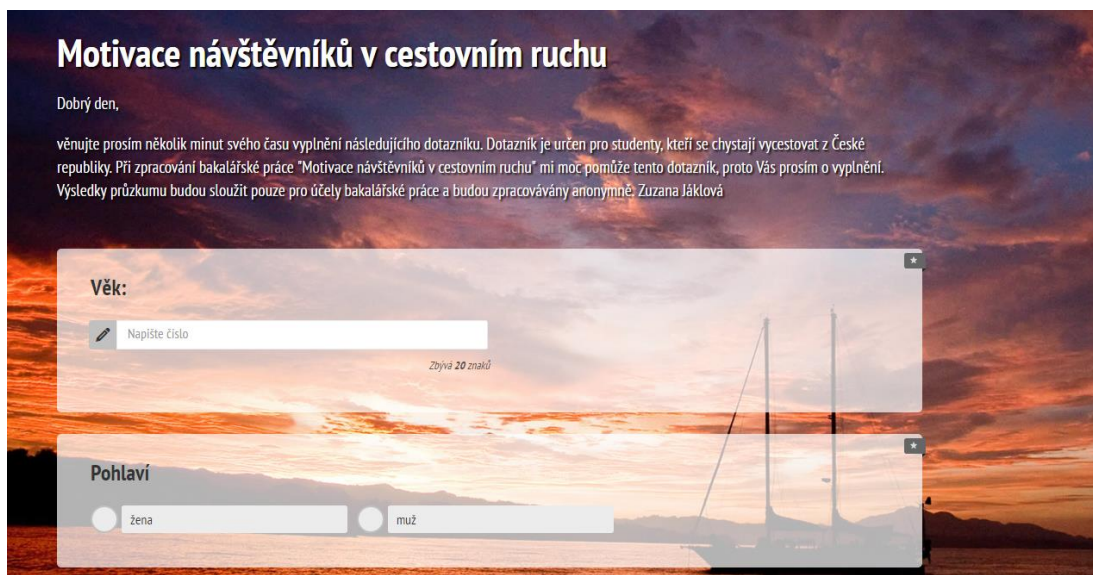
Zhruba po dvou měsících od odcestování studentů UHK do cizích zemí jim byl rozdán druhý dotazník. Stejně tak zahraniční studenti, kteří odpověděli na první dotazník, obdrželi po zhruba dvou měsících druhý dotazník. Tento dotazník jim byl odeslán přes e-mail, který respondenti poskytnuli v prvním dotazníku.

Cílem těchto dvou dotazníků bylo odhalení rozdílů ve vnímání navštívené země před a po jejím poznání. Dále pak odhalení motivačních faktorů, změny názorů a zachycení názorů na místní kulturu, společnost, přírodu a další.

Při pilotním šetření byly dotazníky rozdávány studentům UHK a jejich vyplňování bylo asistované v případě, že by neporozuměli otázce a z důvodů postupného vyplňování dotazníku. Studentům ze zahraničí byl dotazník předkládán v českém jazyce a překládán do jazyka anglického během vyplňování. Cílem bylo zjištění porozumění otázkám a různým výrazům. Při tomto šetření bylo zjištěno, že tato metoda byla velmi časově náročná a složitá. Toto šetření vedlo k odhalení

drobných chyb: málo místa v poli pro zaznamenání mentální/kognitivní mapy. Tyto drobné nedostatky byly následně opraveny a dotazník byl nejprve osobně předáván respondentům a poté i online rozeslán. Verze pro zahraniční studenty byla přeložena do anglického jazyka.

Dotazníky byly kromě tištěné formy také umístěny na stránkách Survio.com.



Motivace návštěvníků v cestovním ruchu

Dobrý den,

věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku. Dotazník je určen pro studenty, kteří se chystají vycestovat z České republiky. Při zpracování bakalářské práce "Motivace návštěvníků v cestovním ruchu" mi moc pomůže tento dotazník, proto Vás prosím o vyplnění. Výsledky průzkumu budou sloužit pouze pro účely bakalářské práce a budou zpracovávány anonymně. Zuzana Jáková

Věk:

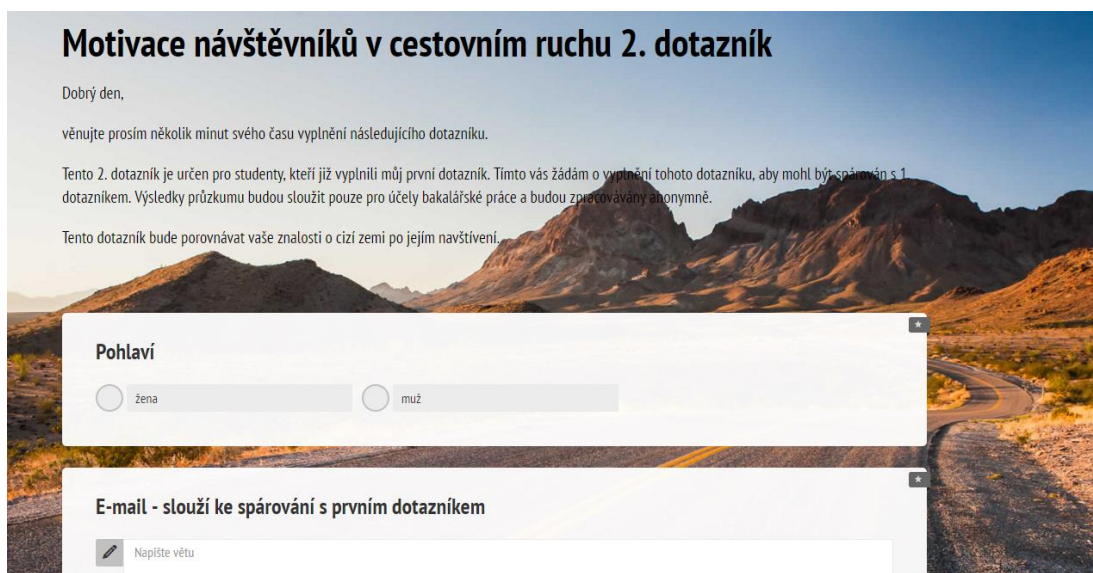
Zbývá 20 znaků

Pohlaví

žena muž

Obrázek 4 První dotazník „Motivace návštěvníků v cestovním ruchu“

Zroj: Vlastní zpracování na Survio.com



Motivace návštěvníků v cestovním ruchu 2. dotazník

Dobrý den,

věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku.

Tento 2. dotazník je určen pro studenty, kteří již vyplnili můj první dotazník. Tímto vás žádám o vyplnění tohoto dotazníku, aby mohl být spářován s 1. dotazníkem. Výsledky průzkumu budou sloužit pouze pro účely bakalářské práce a budou zpracovávány anonymně.

Tento dotazník bude porovnávat vaše znalosti o cizí zemi po jejím navštívení.

Pohlaví

žena muž

E-mail - slouží ke spárování s prvním dotazníkem

Obrázek 5 Druhý dotazník „Motivace návštěvníků v cestovním ruchu“

Zdroj: Vlastní zpracování na Survio.com

Vyhodnocování

Výsledky dotazníků byly vyhodnocovány kvalitativně, jelikož byly tvořeny otevřenými otázkami pro zjištění co největšího rozsahu možných odpovědí. Respondenti byli také seznámeni s důležitostí postupného vyplňování otázek, aby nedocházelo k napovídání odpovědí.

Mezi zvolené metody bylo zařazeno porovnání výsledků dívek a chlapců, aby byl nalezen vliv na motivaci studentů. Studenti byli rozděleni na 2 skupiny, na skupinu studentů UHK a skupinu zahraničních studentů a následně rozděleni podle pohlaví. Tato metoda měla ukázat rozdílné i společné rysy odpovědí jak u dívek, tak u chlapců.

Odpovědi z dotazníků byly přenášeny do dokumentu Microsoft Excel a zde byly porovnávány. Pro přehlednost byly hledány nejdříve odpovědi, které se opakovaly častěji, a poté i takové odpovědi, které byly neobvyklé nebo zajímavé. Tyto odpovědi byly shrnuty a komentovány v kapitolách „Porovnání výsledků šetření dívek a chlapců z UHK“ a „Porovnání výsledků šetření dívek a chlapců z cizích zemí“.

Odděleně pak byly vyhodnocovány mentální a kognitivní mapy studentů. Podobně jako u ostatních otázek byly nejdříve mapy tříděny podle způsobu a rozsahu zpracování, poté byly vybrány zajímavé i méně rozsáhlé mapy. Vybrané mapy poté byly v této práci komentovány. Přes veškerou snahu autorky odpověděla na druhý dotazník jen malá část respondentů, kteří vyplnili první dotazník. Proto nemohlo proběhnout vyhodnocování rozdílů mezi těmito dvěma dotazníky u všech původně tázaných respondentů, resp. by toto vyhodnocení bylo s ohledem na malý počet odpovědí zatíženo neúměrnou statistickou chybou.

Respondenti

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 55 respondentů z celkového počtu cca 190 studentů, kteří buď vycestovali z České republiky, nebo do ní přicestovali. Z toho bylo 31 studentů UHK a 24 studentů z cizích zemí. Podíl dívek a chlapců byl téměř stejný. Dívek bylo 26 a chlapců 29. Věk studentů byl mezi 21 - 24 lety. Zahraniční respondenti do České republiky přicestovali z těchto zemí: Turecko, Bulharsko, Řecko, Portugalsko, Mexiko, Ukrajina, Rusko, Korea, Taiwan. Největší dotazovanou

skupinu tvořili Taiwanci. Studenti UHK cestovali do těchto zemí: Taiwan, Španělsko, Německo, Itálie, Řecko, Nizozemsko, Nový Zéland, Kolumbie.

Dotazník se skládá ze tří částí:

- I. První část se týká základních informací o zemi, do které studenti cestují. Tato část obsahuje otázky typu „Co se vám vybaví ve spojitosti se zemí, do které cestujete?“, „Jakou máte představu o místních lidech?“ nebo „Víte něco o místě, do kterého cestujete?“. Tento typ otázek odhaluje prvotní myšlenky respondenta, které jsou impulzivní. Nechyběla ani otázka na mentální/kognitivní mapu, která žádá studenty: „Nakreslete jednoduchou mapu míst, které v navštívené zemi znáte.“ Studenti reagovali velmi rozdílně jak graficky, tak obsahově.
- II. Druhá část dotazníku se ptala na motivaci studentů různými způsoby jako například: „Co Vás motivovalo k cestě do cizí země?“, „Co očekáváte od cizí země?“, „Na co se nejvíce těšíte?“ a „Čeho se naopak nejvíce bojíte?“. Tyto otázky pomalu odhalují motiv studenta z různých úhlů. Poslední otázka v této části byla jako jediná uzavřená a respondenti k sobě měli přiřadit dané pojmy podle jejich motivačních hodnot. Otázka zněla: „Která z uvedených věcí je ve Vašem žebříčku hodnot největší motivací pro cestu do cizí země?“. Studenti měli přiřadit číslice od 1 do 5, přičemž 1 = moje hlavní motivace, 2 = patří mezi významné motivace, 3 = záleží mi na tom, 4 = slabší motivace, 5 = není to mou prioritou. Hodnoty: poznání lidí, poznání přírody, poznání kultury, odpočinek nebo zbavení se stereotypu, potřeba dospět, potřeba cestovat, potřeba vzdělání. Jelikož studenti mohli vybírat pouze z pěti číslic k sedmi motivům, byly výsledky velmi rozdílné. Někteří studenti se rozhodli vícekrát použít označení hlavní motivace nebo naopak označit více hodnot číslem 5.
- III. Třetí a poslední část se věnuje očekávání studentů. Obsahuje 2 otázky tázající se: „Plánujete poznat cizí kulturu a tradice nebo přírodní krásy? Máte nějaké tipy?“ a otázku „Uvažovali jste o trvalém pobytu v cizí zemi? Lákalo by Vás to?“ Tyto otázky se konkrétně ptají na to, kam se ubírá jejich zájem a zda mají nějakou představu o své budoucnosti.

5.2.2 Porovnání výsledků šetření dívek a chlapců z UHK

Největší část respondentů odcestovala právě na Taiwan.

U otázky „**Co se vám vybaví ve spojitosti se zemí, do které cestujete?**“ dívky nejčastěji zmiňovaly klimatické podmínky: velké horko, teplo a vlhkost nebo typickou kulturu, jazyk a tanec.

Další častou odpovědí byla spojitost Taiwanu se slovy: Asie, zdravé dobré jídlo, exotika a přelidněnost. Odpovědi dívek byly stručné a velmi obecné, ale vystihovaly jejich prvotní představy. Jednou z odpovědí byl „vstřícnější přístup lidí“, který dívky očekávají od Asiatů. Dívky, které cestovaly do Španělska nebo Itálie, zmiňovaly charakter místních lidí: mají smysl pro humor, jsou hluční.

Chlapci u této otázky nejčastěji zmiňovali odpovědi týkající se kultury a polohy, jako například: Asie, ostrov, moře, jiná kultura a exotika. Odpovědi dívek a chlapců se tedy nějak výrazně nelišily. Kupodivu u respondentů cestujících na Taiwan, se odpověď jako „rýže“ objevila u chlapců pouze jednou a u dívek vůbec.

Další otázka zněla: „**Jakou máte představu o místních lidech?**“.

Taiwanci jsou podle dotazovaných dívek milí a usměvaví. 100 % dívek odpovědělo, že čekají vstřícnou povahu. A také častou odpovědí bylo označení Taiwanců za „malé“. I v této odpovědi se dívky zmínily o temperamentu Španělů a jejich hlučnosti. Dívka, která cestovala do Itálie, označila Italy za pohodáře.

Chlapci se shodují s dívkami na tom, že Taiwanci jsou milí lidé. Ale tuto otázku berou chlapci více prakticky, označují Taiwance za tradiční a těžce pracující lid, což ukazuje, že mají konkrétnější představy o tomto národě. Chlapec, který cestoval do Německa, označil Němce za konzervativní.

Další otázkou z 1. části dotazníku byla otázka týkající se konkrétního města Pro respondenty, cestující na Taiwan to byl Kaoshiung: „**Víte něco o městě, do kterého cestujete?**“

Dívky i chlapci označují Kaoshiung za 2. největší město Taiwanu. Zajímavou odpovědí na tuto otázku je smogová situace města, o které se zmínily obě dotazované strany. Dívky často hovoří o podnebí nebo o poloze města, ale

odpovědi jsou velmi obecné. Dívka cestující do Španělska zmínila, že cestuje na jih Španělska, do Andalusie a také zmínila památku „Alhambra“.

Chlapci, cestující na Taiwan, se zmiňují také o 4. největším přístavu a vysokém zalidnění. Celková představa byla i u chlapců spíše obecná.

2. část dotazníku se věnovala motivaci studentů vycestovat. Otázkou bylo: **„Co vás motivovalo k cestě do cizí země?“**

Nejčastější odpovědí dívek byla motivace viděná v poznání kultury a poznání jiného národa a tradic. Častá zmínka byla také o cestování a užívání dobrodružství při cestách nebo poznání nových přátel.

Dívky na tuto otázku odpovídaly podobným způsobem jako chlapci, z jejich odpovědí však vyzařovala hravost. Zmiňována byla také exotičnost země. Odpovědi chlapců se lišily nejen od dívčích odpovědí, ale také navzájem mezi sebou. Chlapce motivovala možnost získat stipendium, zkušenosti nebo se seznámit s novou kulturou. Některým chlapcům šlo o naučení jazyků a poznání cizí kultury.

Na otázku: **„Co očekáváte od cizí země?“** děvčata odpovídala rozdílně. Zmiňovaly mimo jiné: poznání nové kultury a nabývání nových zkušeností. Dále také hovořily o exotickém jídle a naučení jazyků. I chlapci očekávají získání zkušeností a seznámení se s novou kulturou. Jednou ze zajímavých odpovědí chlapců byla tato: „Sebeuvědomění díky poznání“. Dále chlapci očekávají hodně cestování a poznávání nových jídel.

U otázky **„Na co se nejvíce těšíte?“** odpovídaly obě dotazované strany stručně.

Děvčata se na rozdíl od chlapců těšila na každodenní radosti jako je exotické jídlo a poznávání kulturních památek. Chlapci se s jistotou a téměř bez výjimky zmiňovali o cestování a také poznání nových lidí. Jeden z chlapců odpověděl: „Těším se na to, až dosedne letadlo na letiště.“

Překvapivě dopadly odpovědi na otázku **„Čeho se naopak nejvíce bojíte?“**

Největší obavou dívek byly různé nemoci, strach z opic, jedovatých pavouků a hmyzu celkově. V menší míře se pak obávaly vzdálenosti od domova a smogové

situace ve městech nebo neporozumění jiné kultuře. Zato chlapci ukázali svou citlivou stránku a zmiňovali se o strachu z odloučení od rodiny a přítelkyně. Jejich obavy byly také z nezačlenění se do kolektivu. Tato otázka poukazuje na pragmatičtější myšlení dívek. Lze se domnívat, že rozdíly v odpovědích jsou dány odlišnou mentalitou žen, u kterých je od pradávna zvykem následovat svého muže a odejít kvůli němu od svých rodičů.

Poslední otázka z 2. části se respondentů ptá na jejich **žebříček hodnot, tedy na největší motivaci pro cestu do cizí země**. Žebříček hodnot byl hodnocen čísly od 1 do 5.

1 = hlavní motivace

2 = významné motivace

3 = záleží mi na tom

4 = slabší motivace

5 = není to mou prioritou

U dotazovaných dívek naprosto převládaly 2 hlavní motivace a to „poznání kultury“ a „vzdělání“. Zato u chlapců jednoznačně převládala jedna hlavní motivace a to „cestování“, na což poukázaly i předešlé odpovědi v dotazníku.

„Cestování“ spolu s „poznáváním lidí“ volily dívky za významnou motivaci.

U chlapců bylo jako významná motivace uváděno poznání přírody a vzdělání. Jako nejslabší motivaci dotazované dívky označovaly „odpočinek“ a „možnost dospět“, v čemž se shodly s chlapci.

3. část dotazníku obsahovala otázku: **„Hodláte poznat cizí kulturu a tradice nebo přírodní krásy? Máte nějaké tipy?“**

Na tuto otázku nejčastěji odpovídaly dívky pozitivně a se zájmem jak o kulturu, tak o přírodní krásy. Přesto odpovídaly velmi obecně. Často se zmiňovaly o cestování po Kambodži, Filipínách a Bangkoku. Ale zajímají se také o národní parky a hory. Zmínka byla také o kultuře, flamengu nebo místní gastronomii. Chlapci nejčastěji chtějí cestovat za přírodou, ale kultura je také zajímavá. Zmiňují Čínskou zed' a Thajsko.

Poslední otázka dotazníku se ptá: „**Uvažovali jste o trvalém pobytu v cizí zemi?**“ Většina dívek odpověděla, že „ne“. Nebo chtějí cestovat, ale jedná se jen o několik let. Zato většina chlapců odpověděla „ano“. Tato reakce může být u respondentů cestujících na Taiwan podmíněna místem, protože se jedná o velmi odlišnou kulturu i podnební podmínky. Taková vzdálenost nejspíš studentkám nahání strach. Většina dívek, které cestovaly do jiných zemí, zemí v Evropě, odpověděly na tuto otázku pozitivně.

5.2.2.1 Shrnutí a výsledky studentů UHK

V tomto šetření byla vynechána otázka týkající se mentální mapy, která bude zodpovězena v kapitole „Vlastní výzkum mentálních a kognitivních map“. Odpovědi dívek byly stručné a jasné, přesto obecné a často se dívky navzájem shodovaly. Chlapci na rozdíl od dívek odpovídali rozmanitě a měli větší přehled o zeměpisných údajích.

Výsledky dotazníkového šetření dívek poukazují na jejich pragmatičnost a zájem především o kulturu a vzdělání, zato hlavním motivem chlapců bylo cestování. Dále bylo překvapivé, že chlapci na některé otázky reagovali citlivěji, jako na otázku „čeho se nejvíce bojíte?“. Chlapce trápilo odloučení od rodiny a přítelkyně. Zato dívky se bály nebezpečí onemocnění. Chlapci tedy chtějí cestovat, ale přesto se bojí odloučení.

Tabulka 1 Shrnutí odpovědí studentů UHK

Zdroj: vlastní šetření

SHRnutí ODPOVĚDÍ STUDENTŮ UHK

DOTAZ	DÍVKY	CHLAPCI
Hlavní motivace	kultura, vzdělání, jazyk	zkušenosti a zážitky, cestování
Obava	onemocnění, nepochopení cizí kultury	odloučení od rodiny, vzdálenost od domova
Odcestovat natrvalo?	většina ne	většina ano
Za čím cestují	kulturou a památkami	památkami a přírodou
Na co se těší	poznávání, radosti z každodenních maličkostí	cestování
Představa o místních lidech	milí, malí, nápomocní a temperamentní	tvrdě pracující, tradiční a konzervativní

5.2.3 Porovnání výsledků šetření dívek a chlapců z cizích zemí

První část dotazníku se týkala základních informací o zemi, do které zahraniční studenti cestovali, tedy České republiky.

Zahraněním studentům byla zpočátku položena tato otázka: **„Co se vám (bezprostředně) vybaví ve spojitosti se zemí, do které cestujete?“** Nejčastější odpovědi jak dívek, tak chlapců bylo „pivo“. Je překvapivé, že pojem „Praha“ se umístil až na druhém místě i u dívek. Další častou odpovědí byla „Střední Evropa“ nebo „hrady a kostely“. Za zajímavou odpověď chlapců je považována tato: „Tomáš Berdych - tenista, Škoda automobilka, Šafářová - tenistka, Ivan Lendl, Pražské jaro“. Chlapec, který se zajímá o tenis i o české tenisty pochází z Taiwanu a je velkým fanouškem našich slavných sportovců. Je příjemné, když někdo z tak vzdálené země zná naše tenisové sportovce.

Další otázka byla: **„Jakou máte představu o místních lidech?“** Na tuto otázku odpověděla většina dívek kladně a to: „přátelští a milí, tolerantní lidé“. Pouze v jednom případě odpověděla dívka z Taiwanu: „chladní, neusměvaví“ a tuto odpověď volili spíše chlapci a umístila se mezi nejčastějšími odpověďmi hned po odpovědi „jsou milí a přátelští“. Mezi odpověďmi chlapců se ukázala i tato: „neumí

dobře anglicky“. Ani u této otázky se chlapci nezapomněli zmínit o tom, že „pijeme pivo“.

Navazující otázka zněla: **„Jak na vás působí lidé, které potkáváte na UHK?“**. U této otázky zněla typická odpověď: „jsou milí, přátelští a nápomocní“. Jak dívky, tak chlapci se podle výzkumu mezi Čechy cítí dobře. Pouze v jednom případě chlapec z Ukrajiny odpověděl: „Nejdříve chladní a poté přátelští“. Zmiňují se i o profesorech, kteří jsou schopni jim pomoci. Dále se zahraniční studenti podle výzkumu domnívají, že chceme být nápomocní, ale nedokážeme to, protože neumíme dobře anglicky, nebo se stydíme mluvit.

Na otázku: **„Víte něco o městě, do kterého cestujete?“** většina respondentů odpověděla „nic nevím“. Některé dívky zmínily, že znají polohu Hradce Králové nebo Prahy. Jedna Ruska zmiňuje, že „Hradec Králové je malé město s dobrou univerzitou“. Taktéž chlapci neznali Hradec Králové a zmiňovali se pouze o Praze. Pouze Turek, který se zajímá o historii, zmínil: „Vím, že Hradec byl pevnost ve tvaru hvězdy a bylo to královské město.“ Z dotazníkového šetření je zřejmé, že studenti se dopředu o městě příliš neinformovali.

Druhá část se studentů ptá na jejich osobní motivaci pro cestování.

„Co vás motivovalo k cestě do cizí země?“ Zatímco většinu dívek motivuje dobré vzdělání a poznání kultury, chlapci se soustředí mnohem více na cestování jak po České republice, tak po Evropě. Dívky označují Čechy jako „mladé lidi“ a také je motivovala možnost se osamostatnit. Odpovědi chlapců jsou mnohem rozmanitější. Chlapce motivuje kromě cestování také zlepšení jazyků nebo podobnost jazyků, která je motivací k cestě právě do České republiky pro náš slovanský jazyk. Chlapci také zmiňují, že české dívky jsou krásné.

Pestré odpovědi přinesla i otázka **„Co očekáváte od cizí země?“** Dívky nejčastěji odpovídaly, že chtějí: „Poznat odlišné kultury, nové lidi a naučit se nové věci.“ Mají také zájem o cestování a poznání jazyka. Nejzajímavější odpovědí dívek byla tato: „Chci se naučit česky a žít jako Čech“

U otázky „**Na co se nejvíce těšíte?**“ dívky odpovídaly, že se těší nejvíce na cestování po České republice, poznávání našeho jazyka a nových kamarádů. Dívky zajímají i naše kostely a hrady. Chlapci se těší také na cestování a to i po Evropě. Dále se těší na poznávání naší kultury a jazyka. Chlapci nezapomínají zmínit ani ochutnávání jídla a piva. Zajímavou odpovědí od jednoho Portugalce byla tato: „Těším se na hokejový zápas.“

Pro zachycení i demotivujících faktorů byla položena studentům tato otázka: „**Čeho se naopak nejvíce bojíte?**“. Dívky odpovídaly velmi odlišně, bály se především: jazykové bariéry, drobné kriminality, xenofobie nebo neúspěchu při zkouškách. Zato chlapci se u této otázky spíše shodovali, že se nebojí ničeho. V několika případech odpovídali, že se bojí: „ jazykové bariery, drobné kriminality nebo cest do neznáma.“

Poslední otázka z 2. části se respondentů ptá na jejich „**žebříček hodnot, tedy na největší motivaci pro cestu do cizí země.**“ Žebříček hodnot byl hodnocen čísly od 1 do 5.

1 = hlavní motivace

2 = významné motivace

3 = záleží mi na tom

4 = slabší motivace

5 = není to mou prioritou

Dívky označují za svoji hlavní motivaci ve většině případů „cestování“ a „poznávání kultury“. Mezi jejich významné motivace patří „vzdělání“ a „poznávání nových lidí“. Také chlapci za svou hlavní motivaci považují „poznávání kultury“ a „cestování“, v tomto bodě se tedy s dívkami shodli. Za významnou motivaci považují „poznávání přírody“ a „poznávání nových lidí“. Jak dívky, tak chlapci nevyužili možnost 5 a velmi zřídka využili možnost 4. Podle výzkumu tedy nejsou tedy tolik jednostranní a zajímají se o více aspektů cestování.

V poslední části dotazníku jsou kladeny tyto otázky:

„Plánujete poznat cizí kulturu a tradice nebo přírodní krásy? Máte nějaké tipy?“

Většina dívek chce poznat jak kulturu, tak přírodu a kvůli těmto faktorům do České republiky podle výzkumu přijíždějí. Stejně tak chlapci jsou otevřeni k poznávání kultury i přírodních krás, navíc se zmiňují o poznávání tradic, jako jsou Vánoce nebo Nový rok. Také chtějí co nejvíce cestovat ať už za kulturou nebo přírodou.

Závěrečná otázka se zahraničních studentů ptá: **„Uvažovali jste o trvalém pobytu v cizí zemi? Lákalo by Vás to?“** U této odpovědi se dívky i chlapci shodli na tom, že chtějí trvale vycestovat. Někteří uvádějí, že není lehké někde zůstat natrvalo kvůli jazykové bariéře nebo problematickému získání práce v cizí zemi. Jako tipy uvádějí Francii, Českou republiku, USA nebo Japonsko. Pouze jeden Mexičan odpovídá, že cestování je sice velká zkušenost, ale nechtěl by být v cizí zemi natrvalo. Bulhar, který označuje, že cestování miluje, se zmiňuje o tom, že chce procestovat celý svět a poté se vrátit domů.

5.2.3.1 Shrnutí/ Výsledky studentů z cizích zemí

V tomto šetření byla vynechána otázka týkající se mentální mapy, která bude zodpovězena v kapitole „Vlastní výzkum mentálních a kognitivních map“. Stejně jako u výzkumu studentů UHK byly odpovědi dívek stručnější než odpovědi chlapců. Chlapci tedy odpovídali ochotněji a otevřeněji, než dívky a měli větší přehled o České republice i o svých plánech. Dívky se zajímají o cestování stejně tak, jako chlapci, ale chtějí více poznávat nové lidi a věnovat se studiu. Chlapci podle výzkumu chtějí kromě cestování aktivně poznávat jak naši kulturu, tak naše tradice. Obavy z „drobností“, jak uvádějí, nepřemohly jejich odhodlání cestovat.

Tabulka 2 Shrnutí odpovědí studentů z cizích zemí

Zdroj: Vlastní šetření

SHRNUÍ ODPOVĚDÍ STUDENTŮ Z CIZÍCH ZEMÍ

DOTAZ	DÍVKY	CHLAPCI
Hlavní motivace	kultura, cestování	cestování, kultura
Obava	jazyková bariéra, drobná kriminalita, xenofobie	"ničeho se nebojím", drobné kriminality
Odcestovat natrvalo?	většina ano	většina ano
Za čím cestují	kulturou a památkami, přírodou	přírodou, kulturou a tradicemi
Na co se těší	hrady a kostely, cestování po České republice	cestování po Evropě, kultura a jazyk, ochutnávání jídla a piva
Představa o Čechách	milí, tolerantní, přátelští	chladní, neumí dobře anglicky, "pijou hodně pivo"

5.3 Vlastní výzkum mentálních a kognitivních map

Vlastní výzkum mentálních map byl zakomponován do dotazníku a to v podobě otázky „**Nakreslete jednoduchou mapu míst, o kterých ve městě, do kterého cestujete, víte.**“ Respondenti měli vyhrazené pole, do kterého mohli zanést své znalosti a postřehy. Studenti byli během vyplnění dotazníku také seznámeni s touto otázkou v případě, že by si nevěděli rady. Byla jim nabídnuta i možnost zakreslení klíčových slov, které je napadnou.

5.3.1 Studenti UHK

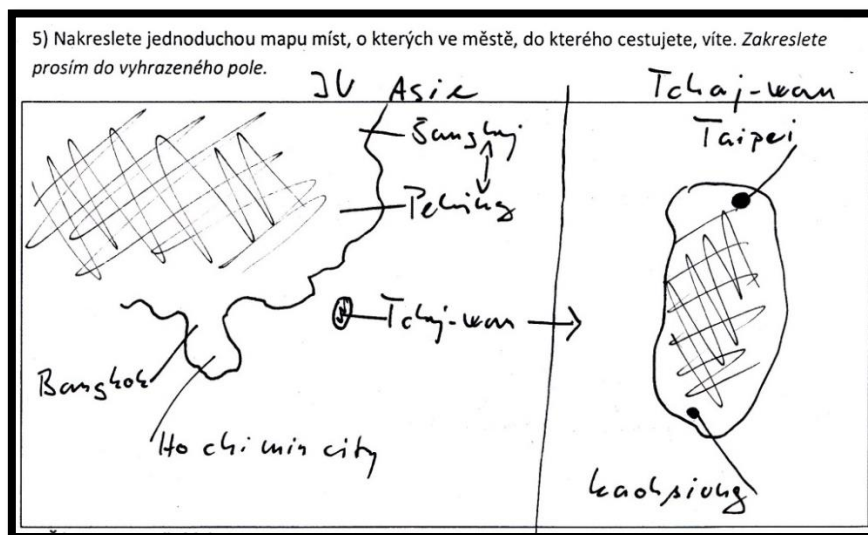
Naši studenti kreslili velmi jednoduché mapy měst či ostrova, nebo se pokoušeli o mentální mapy, které převážně vytvářeli jako kruhový obrazec s paprsky.

Některé mentální mapy byly rozsáhlé a některé velmi strohé a stručné.

Šlo buď o jednoduchý náčrt města, nebo státu. Do náčrtu zakreslovali objekty, o kterých věděli, že se zde nacházejí. Pokud studenti kreslili celý stát, jako objekty uváděli: města, pohoří, řeky atd. Pokud šlo o náčrt města, uváděné objekty byly domy, ulice, komunikace nebo místo pobytu.

Následně jsou uvedeny vybrané mapy, které slouží pro porovnání jak kvality a taktiky zpracování map, tak pro porovnání znalostí a představ studentů, kteří cestovali na Taiwan.

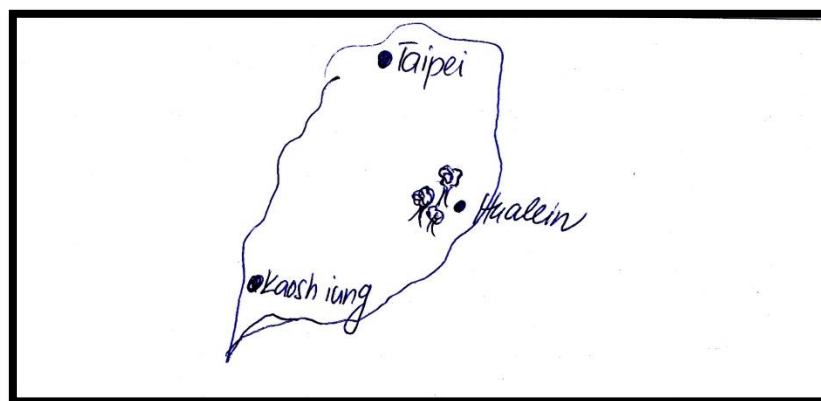
5.3.1.1 Mapy studentů UHK



Obrázek 6 Mapa Taiwanu studenta UHK

Zdroj: Anonym 1

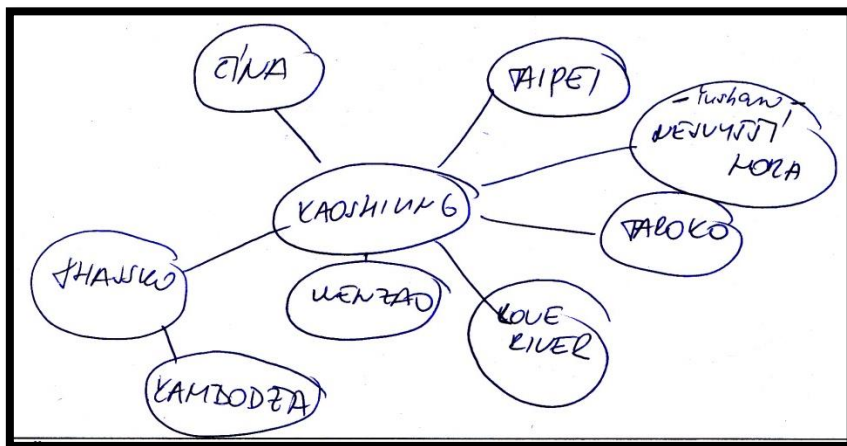
Mapu na **obrázku 6** tvořil respondent, který měl v plánu procestovat všechna místa, která zanesl na mapu. Z mapy je zjevná jeho hlavní motivace a tou je cestování, což zmiňuje i v dotazníku. Jednoduchý náčrt ukazuje část Asie i s Taiwanem a dále pak ještě vytvořil náčrt samostatného Taiwanu, ve kterém byl vyznačen Kaoshiung a Taipei, tedy města, která považoval respondent za důležitá.



Obrázek 7 Mapa Taiwanu studentky UHK

Zdroj: Anonym 2

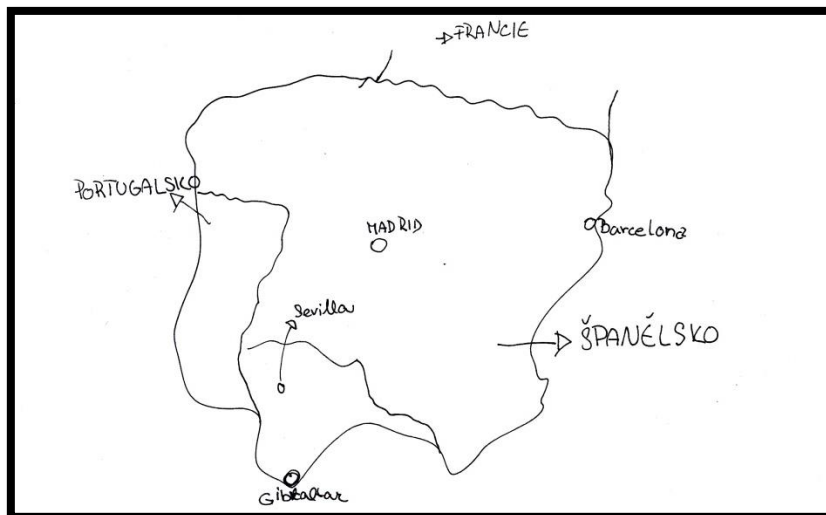
Na **obrázku 7** můžeme vidět pokus o přiblížení se tvaru ostrova Taiwan. Respondentka na rozdíl od svého kolegy zakreslila také Národní Park Taroko. To by mohlo ukazovat její vztah k přírodě, který je velmi kladný. Stejně jako v dotazníku i zde je vidět, i když zatím nepatrně, její motivace přírodou.



Obrázek 8 Mapa Taiwanu studentky UHK

Zdroj: Anonym 3

Mapu na **obrázku 8** respondentka pojala odlišně, než její kolegové. Tato studentka zvolila mentální mapu, jejíž centrální myšlenkou je město Kaoshiung a dále své myšlenky ubírá buď k obecnějším pojmům jako je Čína a Thajsko, nebo se zmiňuje o dalším městě Taipei. Zmiňuje se také o Národním parku Taroko a nejvyšší hoře Taiwanu. Nezapomíná ani na Love River, která Taiwanem protéká. Dalším bodem, na který se zaměřuje, je Wenzao, univerzita na Taiwanu.



Obrázek 9 Mapa Španělska studentky UHK

Zdroj: Anonym 4

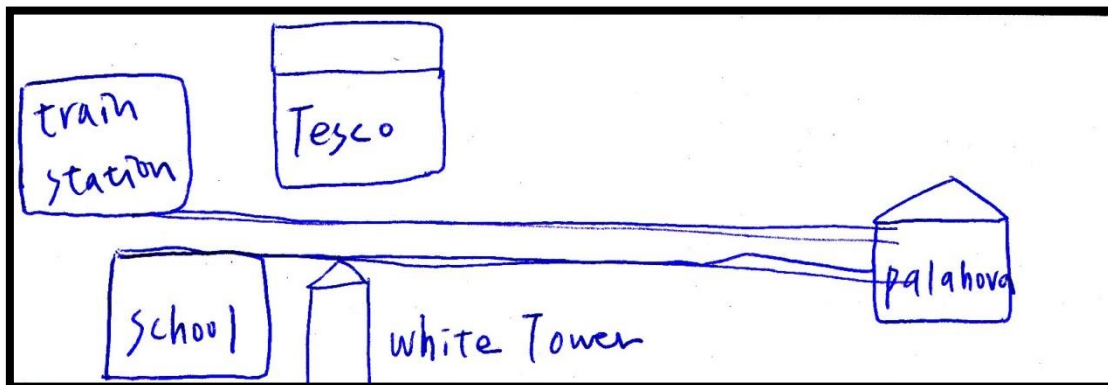
Obrázek 9. Na tomto nákresu můžeme vidět jak Španělsko, tak náznak Francie nebo Portugalska. Respondentka, která do Španělska cestovala, znázornila především města a tvar státu, který ještě oddělila na jednu samostatnou část Andalusii, do které cestovala. Motivem dívky mohlo být cestování napříč Španělskem.

5.3.2 Studenti z cizích zemí

Studenti kreslili velmi jednoduché mapy města Hradec Králové. Zřídka se objevovaly mentální mapy s klíčovými slovy. Někteří studenti kreslili do map budovy a naznačovali komunikační spoje. Z map bylo tedy zřejmé, kde se studenti po Hradci Králové zatím pohybovali. Některé nákresy byly propracované, ale většina obsahovala pouze obchodní domy, univerzitu a koleje.

Následně jsou uvedeny a komentovány vybrané mapy studentů z cizích zemí.

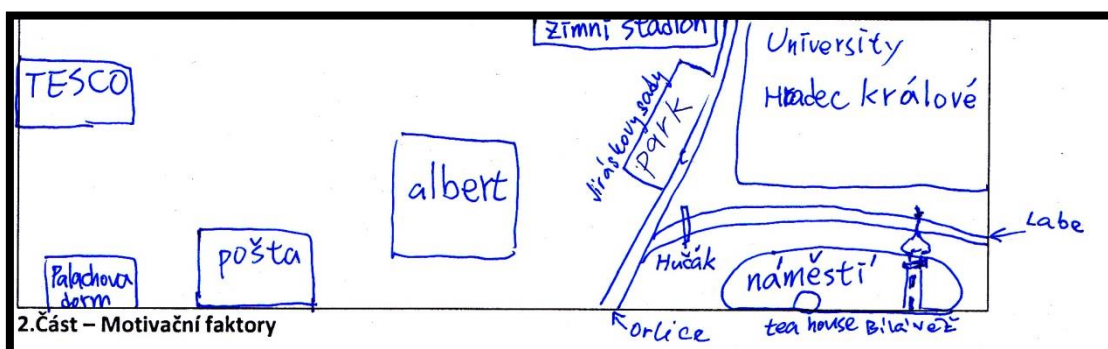
5.3.2.1 Mapy studentů z cizích zemí



Obrázek 10 Mapa Hradce Králové od studentky z Taiwanu

Zdroj: Anonym 5

Na **obrázku 10** je zobrazeno typické zobrazení Hradce Králové podle studentů z cizích zemí. Studentka z Taiwanu, která tuto mapu vytvořila, zanesla do mapy pouze budovy a komunikace, které po jejím přijetí do Hradce Králové znala. Kromě budov, které studentka přirozeně navštěvovala, se zde nachází Bílá věž.

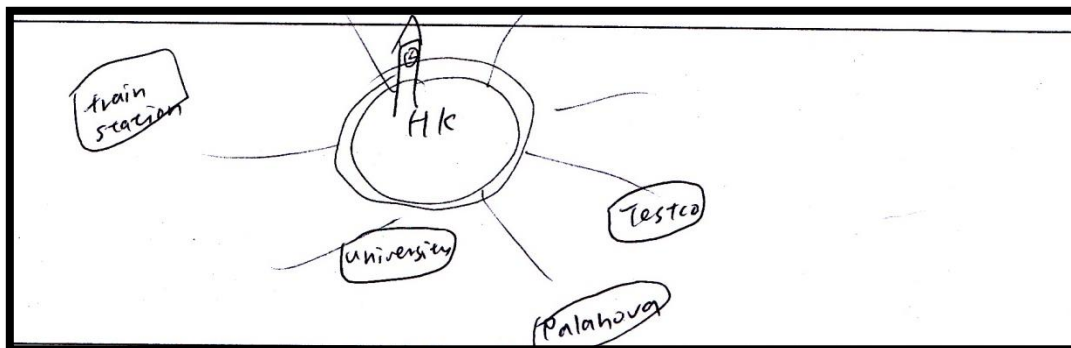


Obrázek 11 Mapa Hradce Králové od studenta z Taiwanu

Zdroj: Anonym 6

Další mapa se nachází na **obrázku 11**, nakreslil ji student z Taiwanu, kterému bylo pomáháno s popisky v náčrtu pro jeho oblibu českého jazyka. Tato mapa byla vybrána jako nejlépe zpracovaná mapa zahraničních studentů. Přestože student v té době ještě město pořádně neznal, dokázal oproti ostatním studentům zakreslit mnohem více budov a silničních komunikací. Mapa je sice zkreslená, ale vystihuje město ze všech map nejlépe. Student zaznamenal, jako jediný z respondentů, hydroelektrárnu Hučák. To by mohlo poukazovat na jeho zájem o technické

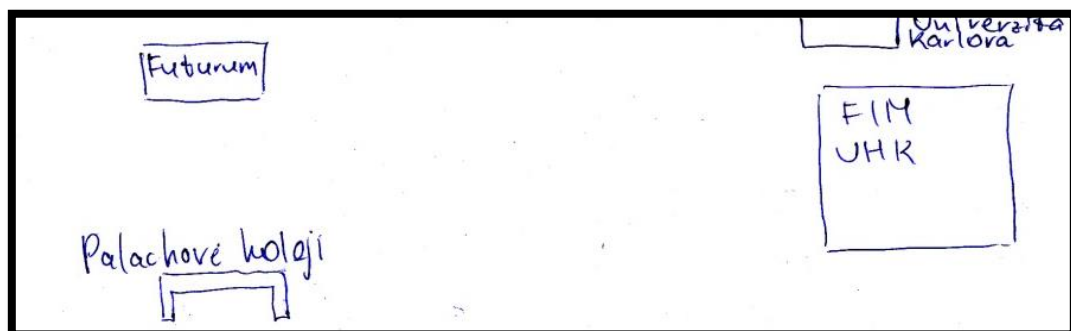
památky. Další jeho motivací k cestování by mohl být také zájem o sport, což vyplývá z nákresu zimního stadionu.



Obrázek 12 Mapa Hradce Králové od studenta z Bulharska

Zdroj: Anonym 7

Mapa na obrázku 12 je velmi jednoduchá a spíše se jedná o mapu zobrazující klíčová slova. Student z Bulharska, který tuto mapu tvořil, ilustroval pouze Bílou věž, která podle něho značí střed města, a od kterého se táhnou paprsky k hlavním bodům mapy: univerzitě, kolejím, obchodnímu domu a vlakovému nádraží.



Obrázek 13 Mapa Hradce Králové od studentky z Ukrajiny

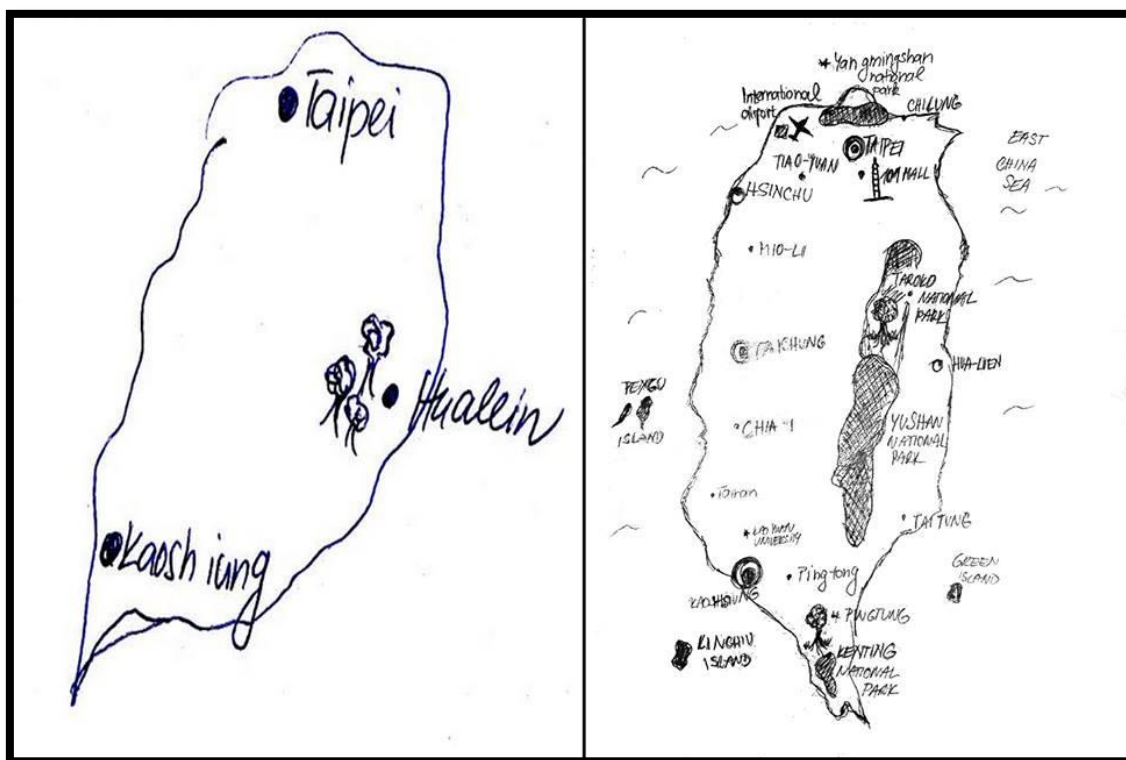
Zdroj: Anonym 8

Na **obrázku 13** se nachází klasická mapa studentky, která zaznamenala pouze budovy, které často navštěvovala. Nejsou zde zaneseny žádné komunikace a z této mapy není zřejmý ani náznak motivace. Tato mapa potvrzuje pouze fakt, že se studentka po městě pohybuje velmi krátkou dobu.

Z map, které tvořili studenti z cizích zemí, není vždy tak zřejmá jejich motivace k cestování jako u studentů UHK.

5.3.2.2 Porovnání vybraných map před a po vycestování

Mentální a kognitivní mapy před a po vycestování do cizí země se od sebe výrazně lišily. Studenti po zhruba dvou měsících pobytu v cizí zemi obdrželi druhý dotazník, ve kterém byli požádáni o vypracování dalšího nákresu, který by měl být rozsáhlejší o jejich nové poznatky z cestování a každodenního života. Jako slabá stránka šetření se ukázala neochota respondentů vyplnit druhý dotazník, proto nemohlo dojít k takovému porovnání výsledků těchto dvou dotazníků, které by umožnilo činit statistické významné závěry. Dotazník sice nevyplnili všichni respondenti z prvního šetření, přesto ale někteří velmi ochotně posílali i své mentální a kognitivní mapy. Proto bylo vybráno alespoň několik map před i po vycestování.



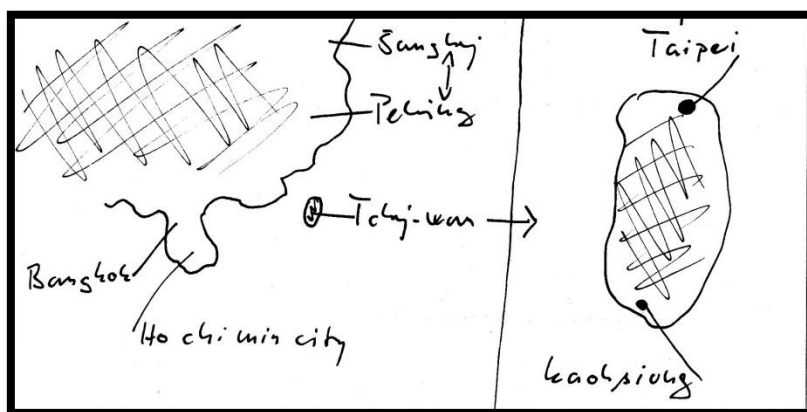
Obrázek 14 Mapa Taiwanu studentky UHK před a po vycestování

Zdroj: Anonym 9

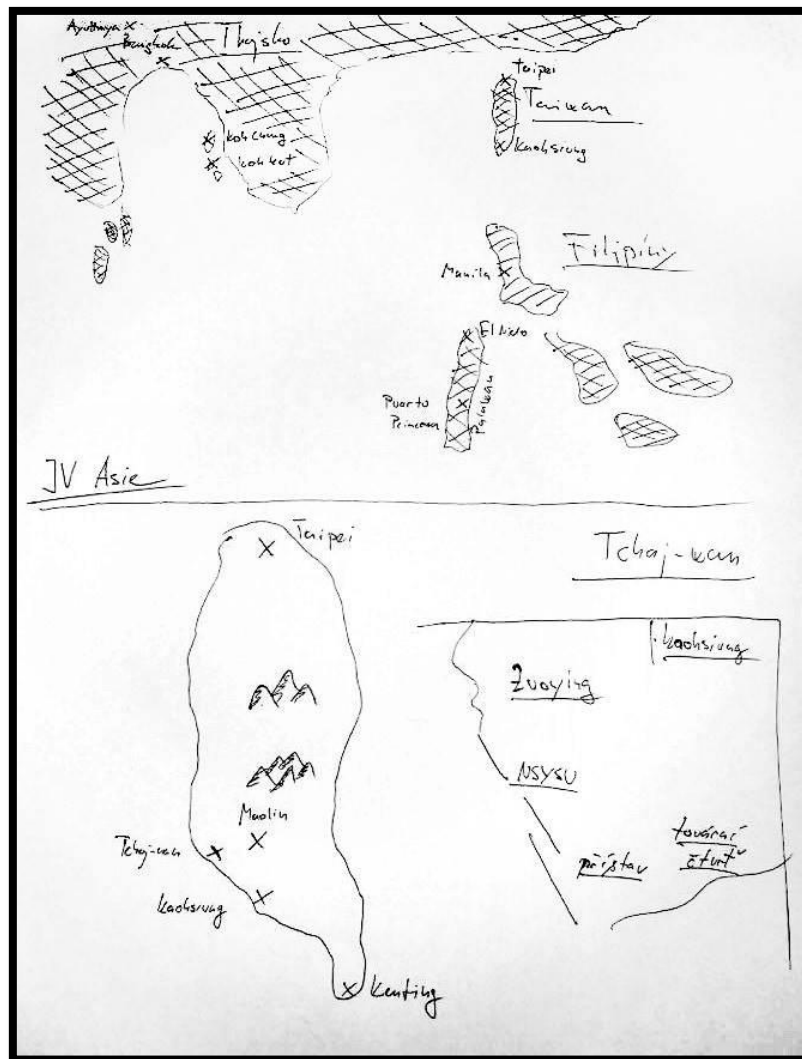
Porovnání dvou map, které respondentka vypracovala, můžete vidět na **obrázku 14**.

Vlevo se nachází náčrt, který byl již v předešlé kapitole, můžeme vidět pouze tvar ostrova Taiwan a tři města, o kterých respondentka věděla, před odletem. Dále zakreslila také Národní Park Taroko.

Náčrt **vpravo**, zobrazuje její vnímání Taiwanu po zhruba dvou měsících od příletu na Taiwan a je zde zjevná její hlavní motivace, která byla již slabě naznačena v prvním nákresu. Jde o cestování za přírodou. Oproti prvnímu nákresu obsahuje druhá mapa další 3 parky navíc a to: Národní park Yushan, Národní park Yangmingshan a Národní park Kenting. Národní park Taroko už byl vyobrazen konkrétnější podobou. Také je zde vidět řada dalších měst, které studentka poznala. Kolem ostrova už není čistý a prázdný prostor, ale tento prostor vyplňují ostrůvky kolem Taiwanu nebo popis Jižního Čínského Moře. Kromě měst a přírody pozornost získalo také mezinárodní letiště a mrakodrap Taipei 101.



Obrázek 15 Mapa Taiwanu studenta UHK před vycestováním
Zdroj: Anonym 10



Obrázek 16 Mapa Taiwanu a Jihovýchodní Asie studenta UHK po vycestování
Zdroj: Anonym 10

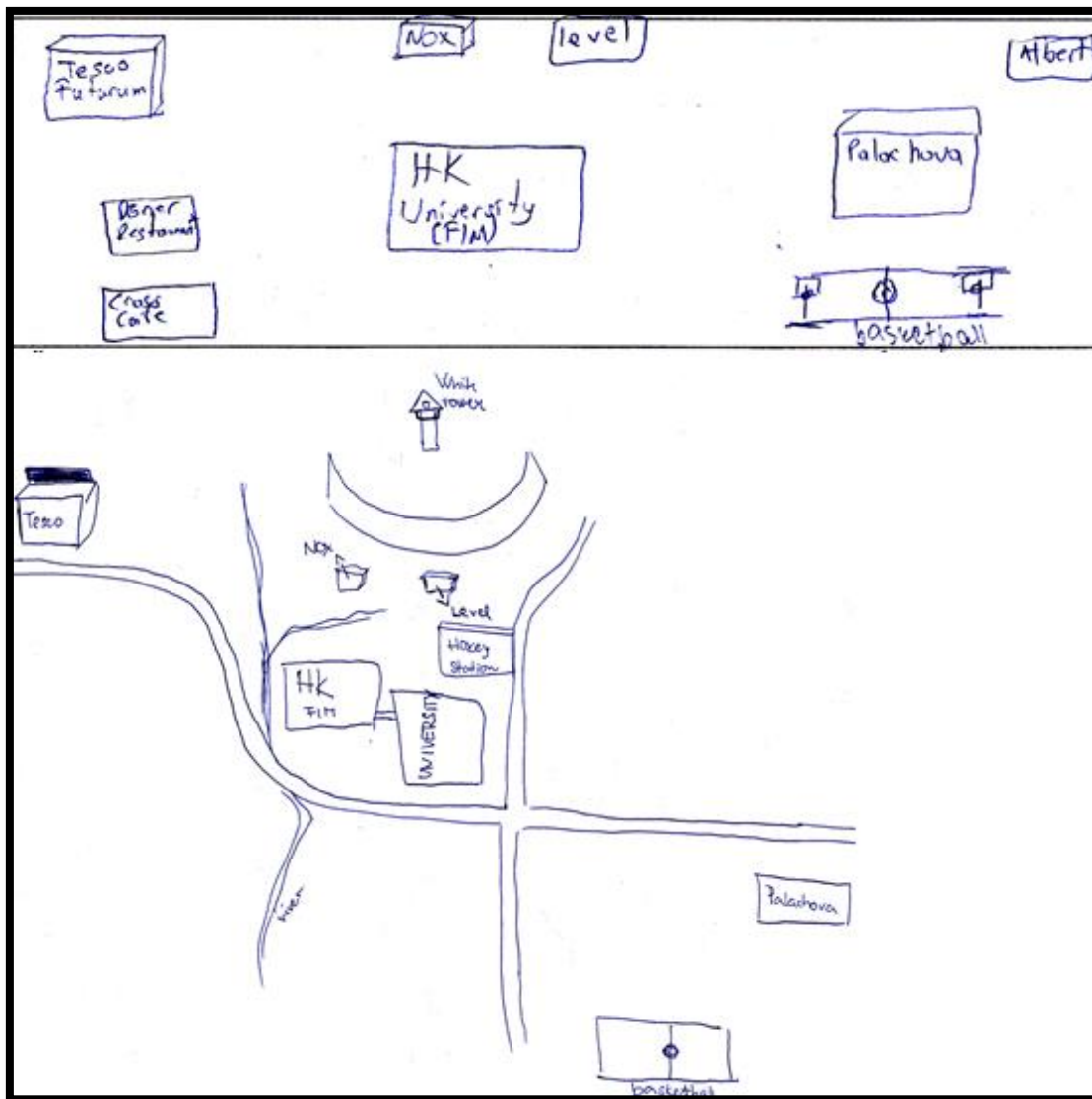
Dále byly porovnávány nákresy studenta, jehož hlavní motivací bylo cestování, což také tyto nákresy naznačovaly. Na **obrázku 15** můžeme vidět jihovýchodní Asii a detail Taiwanu, student se zmiňuje pouze o městech. Na jeho druhém nákresu na **obrázku 16** už zobrazuje jihovýchodní Asii i s Filipínskými ostrovy a také náčrtem jemu známých míst ve městě Kaoshiung. Tvar Asie a ostrova Taiwan již je konkrétnější. Na rozdíl od kolegyně se tento student více zajímá o konkrétní místa, nejčastěji města. Tuto mapu poskytl student velmi ochotně během svých cest po Filipínách.



Obrázek 17 Mapa Španělska studentky UHK

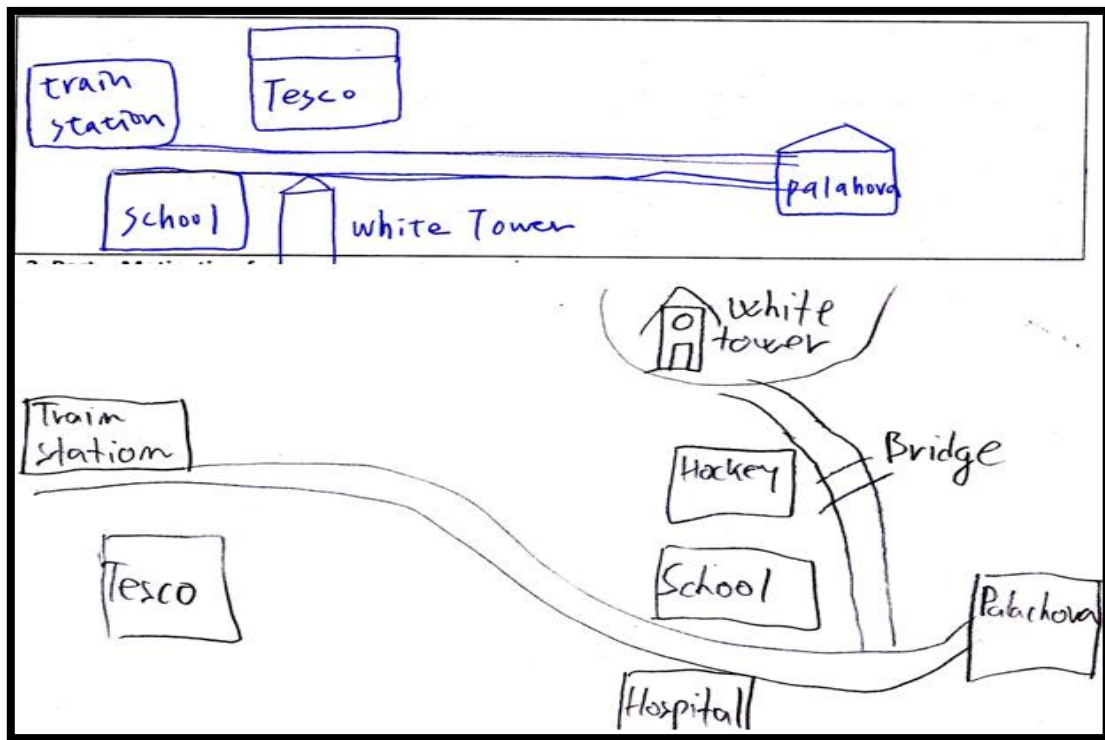
Zdroj: Anonym 11

Mapy na **obrázku 17** vytvořila studentka, která cestovala do Španělska. Již podle prvního nákresu, před navštívením země, měla přehled o městech a rozloze státu. Na druhém nákresu je zřejmé, že ji nemotivovalo čistě jen cestování, ale také kultura, kterou chtěla poznat, jak také uvádí v dotazníkovém šetření. Studentka uvádí spoustu měst a také přesněji odděluje Andalusii, do které cestovala. Jako centrum svého pobytu označuje Granadu, u níž také vyznačuje pohoří Sierra Nevada.



Obrázek 18 Mapa Hradce Králové od studenta - před a po dvou měsících
Zdroj: Anonym 12

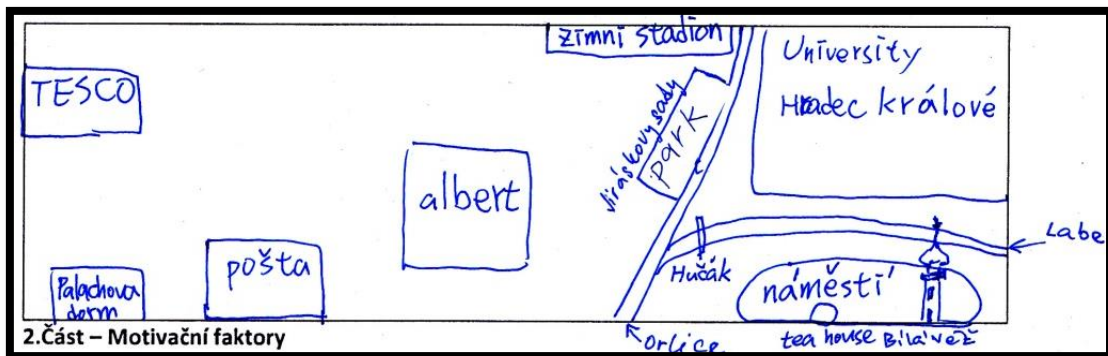
Na **obrázku 18** se nacházejí mapy, které kreslil student z Bulharska. Zásadním rozdílem těchto dvou map je rozložení budov a dopravní komunikace. Na první náčrt student zanesl pouze budovy, které v Hradci navštěvoval, a také sportovní hřiště. Druhá mapa obsahuje i komunikaci a některé prvky navíc, jako například Bílou věž nebo zimní stadion. Student zakreslil do mapy, jako jeden z mála, i řeku. Jeho motivací k cestování by podle této mapy mohlo být i sportovní využití.



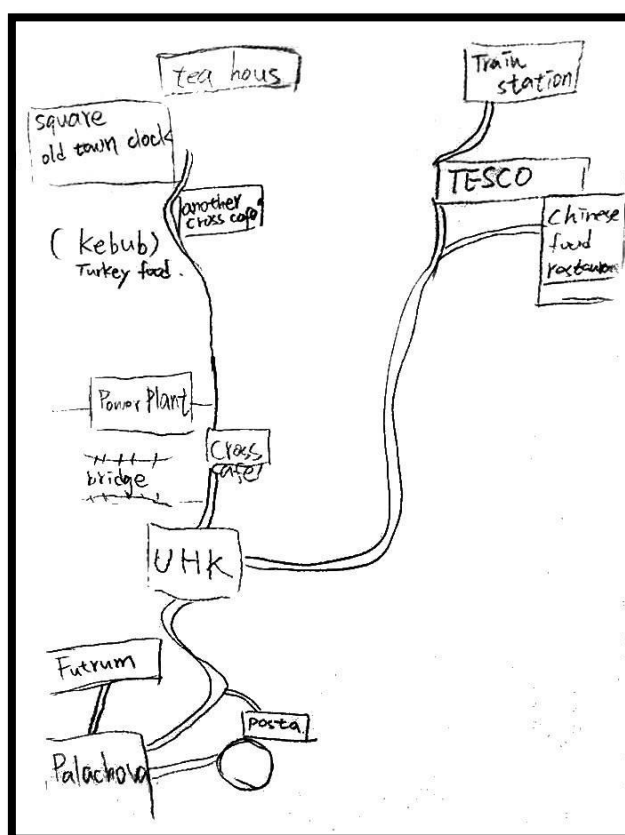
Obrázek 19 Mapa Hradce Králové od studentky - před a po dvou měsících

Zdroj: Anonym 13

Mapy na **obrázku 19** kreslila studentka z Taiwanu. Na těchto nákresech je vidět, jak studentka začala vnímat rozložení silničních komunikací a dokázala přesněji zakreslit objekty vůči sobě. Na druhé mapě přibyl zimní stadion a Fakultní nemocnice. Dále je zakreslená i Bílá věž s náznakem hradeb, což by mohlo naznačovat její motivaci k poznávání historie, jak uvedla v dotaznících.



Obrázek 20 Mapa studenta z Taiwanu
Zdroj: Anonym 14



Obrázek 21 Mapa studenta z Taiwanu po dvou měsících
Zdroj: Anonym 14

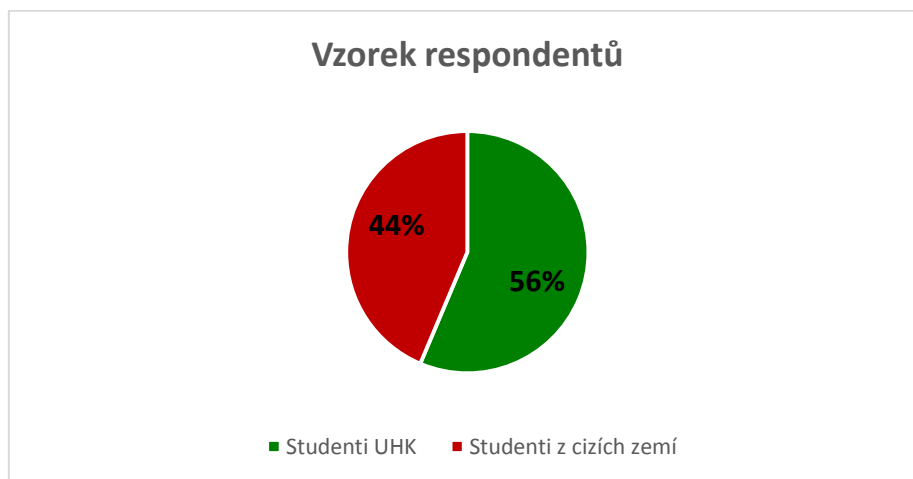
Mapy na **obrázcích 20 a 21** nakreslil student z Taiwanu, kterého podle jeho výpovědí z dotazníků k cestování nejvíce motivovalo poznávání kultury a technických památek. Tyto obě motivace se objevily také v jeho mapách. Na první mapu zakreslil technickou památku „Hučák“, a na druhou zakreslil několik restaurací a kaváren různých druhů, jako například turecký obchod s kebabem, čínskou restauraci nebo kavárnu Cross Cafe.

5.4 Výsledky a zhodnocení výzkumu

5.4.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Pro empirický výzkum motivace studentů UHK a studentů z cizích zemí bylo vytištěno přibližně 100 dotazníků a několik i v anglickém jazyce. V konečném počtu oslovených figurovalo 55 respondentů, kteří vyplnili dotazník buď v tištěné podobě nebo elektronicky přes již zmíněný server Survio.cz. Jedná se o kvalitativní a z části i kvantitativní výzkum. Problémem byla neochota respondentů zodpovědět druhý dotazník, oproti prvnímu dotazníku bylo odpovědí výrazně méně. Celkový počet, kdy dvojice dotazníků byly kompletní a bylo je tedy možné porovnat, byl proto poměrně nízký. Bohužel na druhý dotazník neodpovědělo takové množství respondentů jako na dotazník první, proto došlo k porovnání jen těch dotazníků, které byly kompletní. Vzhledem k malému počtu odpovědí na druhý dotazník, lze vyhodnocení považovat pouze za pilotní výzkum a nelze z něho dělat závěry s vysokou vypovídací hodnotou.

Práce se dále věnuje grafickému zpracování výsledků výzkumu a jejich následnému okomentování.

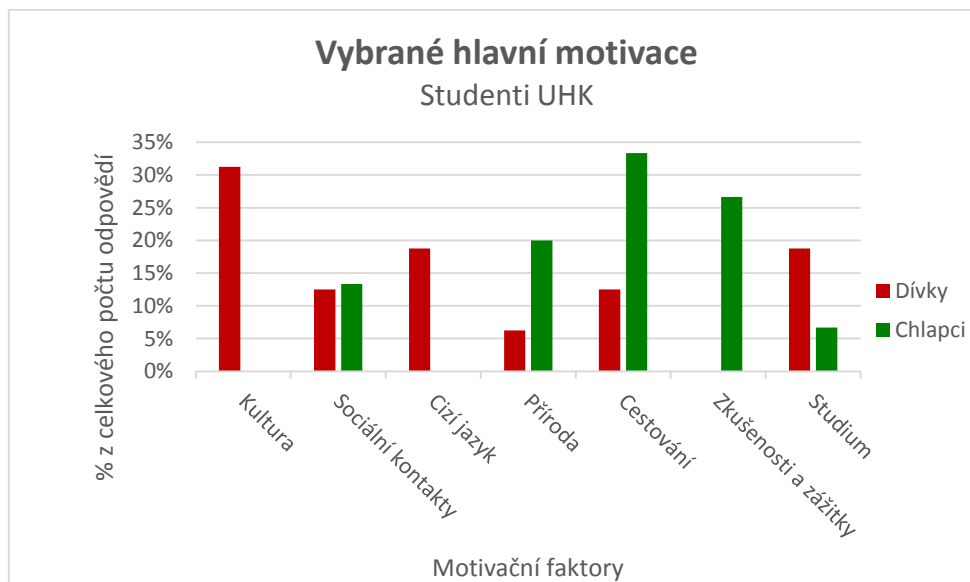


Graf 1 Vzorek respondentů

Zdroj: Vlastní šetření

Na **grafu 1** je znázorněn vzorek respondentů, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření. Studentů UHK bylo 31 (56 %) a studentů z cizích zemí 24 (43 %). Poměr studentů tak byl téměř vyvážený. Více než polovina zahraničních studentů je

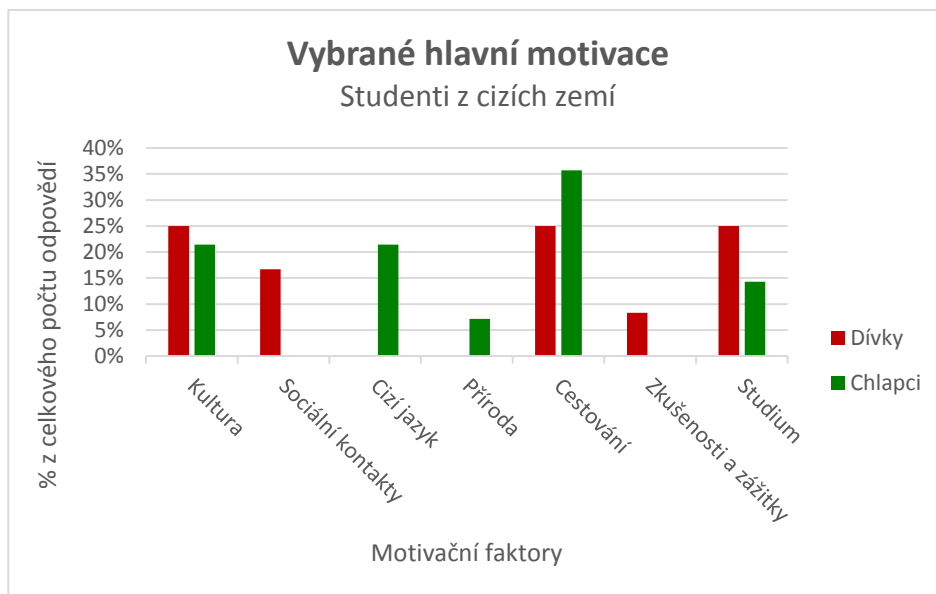
původem z Asie, jeden student přijel z Mexika. Zbylí studenti pak pochází z různých zemí Evropy.



Graf 2 Vybrané hlavní motivace - studenti UHK

Zdroj: Vlastní šetření

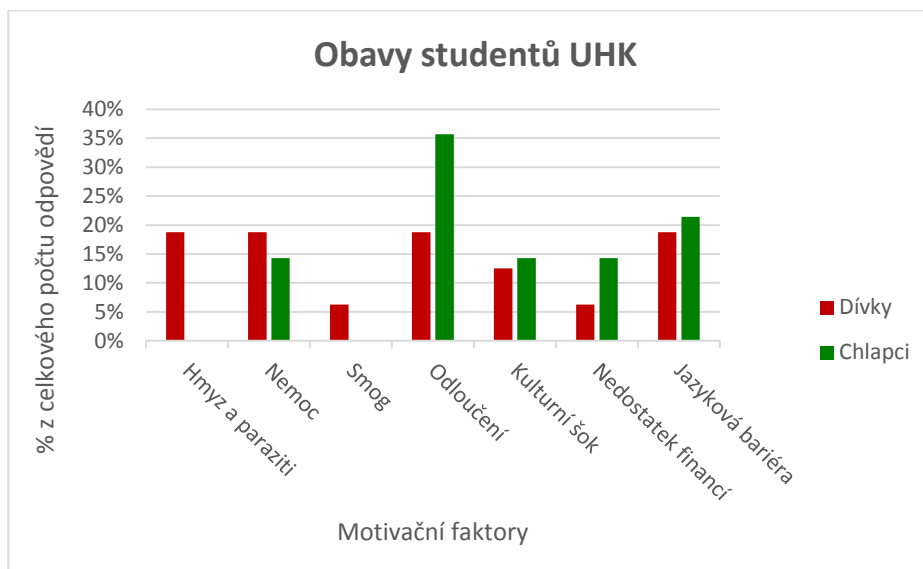
Graf 2 znázorňuje pomocí sloupců vybrané hlavní motivace studentů UHK. V grafech 2 až 5 jsou dívky vyznačeny červenou barvou a chlapci zelenou barvou. Z tohoto grafu je zřejmé, že dívky jsou nejvíce motivovány kulturou, zato chlapci jsou motivováni samotným cestováním. Dále jsou zde faktory, které zmínilo pouze jedno z pohlaví, například dívky zmiňují cizí jazyk, který je pro ně také důležitou motivací, a chlapci zmiňují zkušenosti a zážitky, které dívky opomenuly. Podle dotazníkového šetření jsou pro dívky i chlapce důležité i sociální kontakty, které si v cizí zemi vytvářejí.



Graf 3 Vybrané hlavní motivace - studenti z cizích zemí

Zdroj: Vlastní šetření

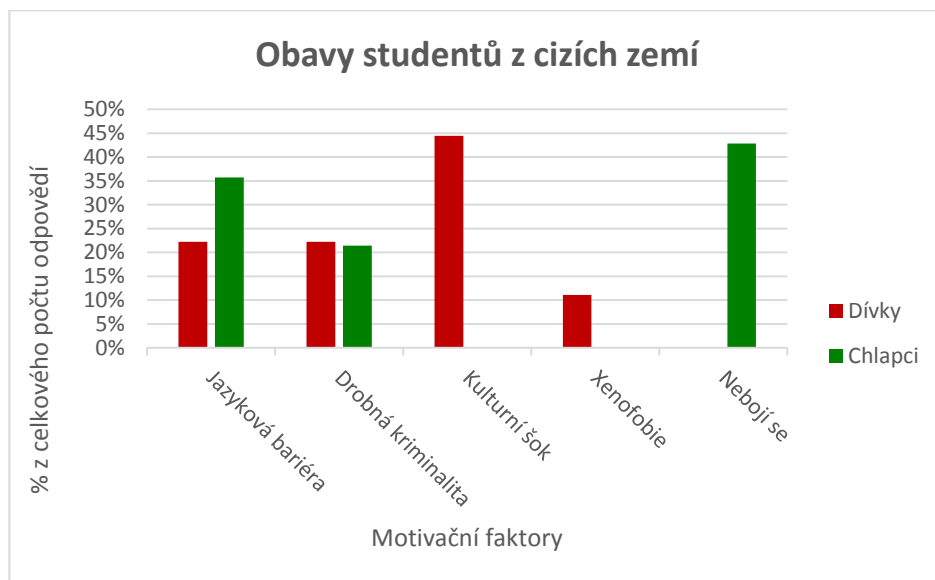
Graf 3 znázorňuje stejně jako u předešlého grafu vybrané hlavní motivace, zde však u studentů z cizích zemí. Tento graf se velmi liší v mnoha ohledech. Mezi hlavní motivy dívek patří hned 3 faktory, a to kultura, cestování a studium. Chlapci volí s převahou cestování, ale také kultura je pro ně důležitá. Na rozdíl od studentek UHK se dívky z cizích zemí nezmiňují o cizím jazyku nebo přírodě.



Graf 4 Obavy studentů z UHK

Zdroj: Vlastní šetření

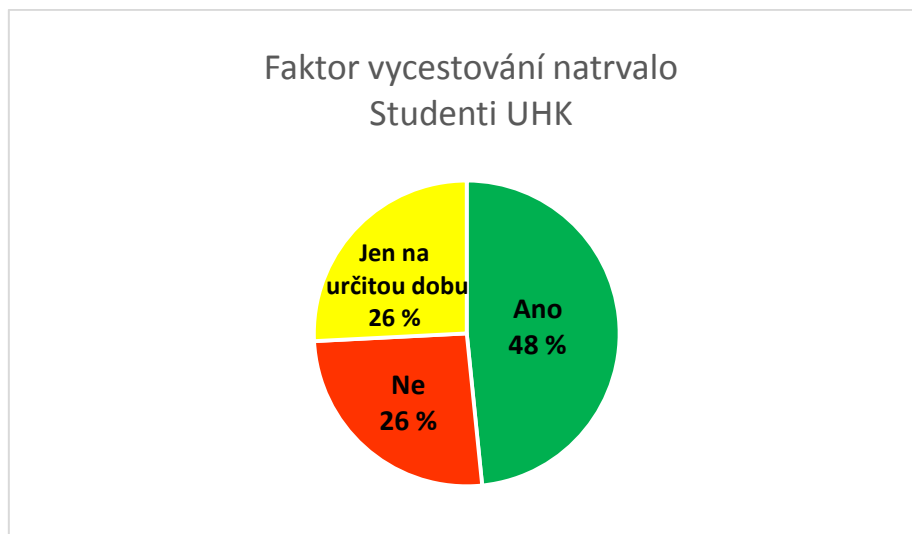
Na **grafu 4** jsou vyobrazeny obavy studentů UHK z jejich cest do cizích zemí. Dívky se obávají celkově více než chlapci. Také druhy obav jsou odlišné. Dívky se obávají konkrétních hrozeb, jako je smog, hmyz a paraziti nebo jazyková bariéra. Chlapci se obávají spíše odloučení od rodiny a partnerek nebo jazykové bariéry.



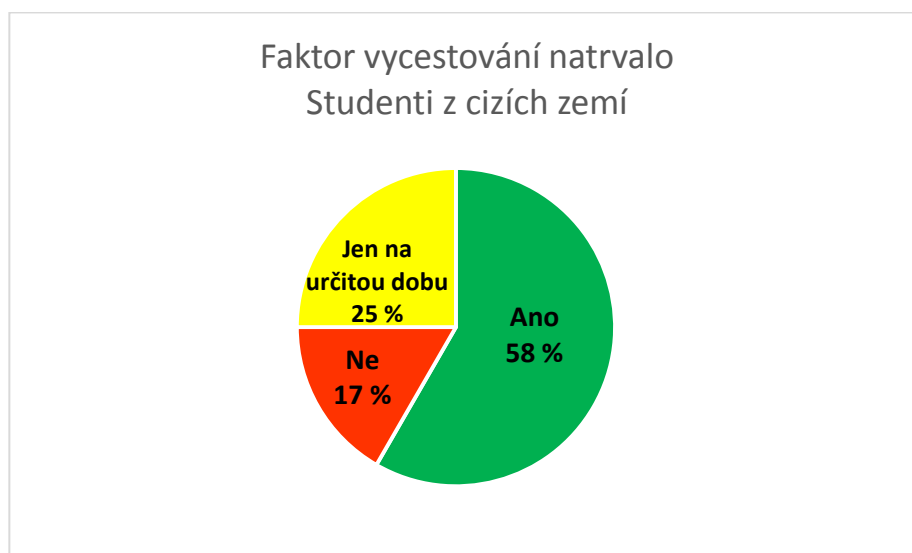
Graf 5 Obavy studentů z cizích zemí

Zdroj: Vlastní šetření

Na **grafu 5** jsou vyobrazeny obavy studentů z cizích zemí. Tento graf se velmi liší od předešlého grafu právě tím, že obsahuje odlišné faktory strachu, jako je xenofobie nebo drobná kriminalita. Nejvíce zajímavý je fakt, že chlapci velmi často volili odpověď „Nebojím se ničeho“. Dívky se nejvíce obávají kulturního šoku. Chlapci se také často zmiňovali o jazykové bariéře, což by mohlo poukazovat na jejich předpoklad, o kterém se zmiňují v dotaznících, že Češi neumějí dobře anglicky.



Graf 6 Faktor vycestování natrvalo - studenti UHK
Zdroj: Vlastní šetření



Graf 7 Faktor vycestování natrvalo - studenti z cizích zemí
Zdroj: Vlastní šetření

Grafy 6 a 7 vyobrazují faktor vycestování natrvalo. Otázka zněla: „Uvažovali jste o trvalém pobytu v cizí zemi?“ Vlevo se nachází graf studentů UHK, na kterém je zřejmé, že skoro polovina respondentů odpověděla „ano“. Zbylou část grafu v podobném poměru tvoří odpověď „ne“ a „jen na určitou dobu“. Graf 7 odhaluje fakt, že o dost více studentů z cizích zemí, než studentů z UHK, chce vycestovat natrvalo. Nejmenší část zahraničních studentů zvolilo odpověď „ne“, což by mohlo znázorňovat to, že mnoho zahraničních studentů, často mimoevropských, by si rádo vybralo Českou republiku pro svůj trvalý pobyt. Odpověď „Jen na určitou dobu“ zvolilo téměř stejné množství studentů jako u grafu 6.

6 Shrnutí výsledků práce

6.1 Shrnutí vlastního výzkumu motivace

Z empirického výzkumu, který proběhl pomocí dotazníkového šetření, výzkumu mentálních a kognitivních map a sekundárního výzkumu vyplývají tyto následující výsledky. Vzhledem k nižšímu počtu respondentů lze výsledky tohoto výzkumu pokládat pouze za předběžné.

6.1.1 Odpovědi na výzkumné otázky

V následující části jsou shrnuty odpovědi na výzkumné otázky.

1. Jaké jsou motivační faktory dotazovaných respondentů?

Z dotazníkového šetření vyplynuly tyto motivační faktory: cestování, kultura, zkušenosti, vzdělání, stipendium, poznávání, příroda, poznání nových lidí, samostatný život, exotika, gastronomie, Erasmus a další. Někteří studenti se zmínili také o tom, že je k zahraničním pobytům motivuje snaha o zlepšení se v cizím jazyce. Tato otevřená otázka odhalila spoustu motivačních faktorů, některé se opakovaly velmi často, především „cestování“, jiné se objevily pouze jednou, jako například „odjezd z Ruska a lepší studium“.

2. Které motivy k cestování jsou podle dotazovaných respondentů těmi hlavními?

Odpovědi dívek a chlapců se lišily nejen u této otázky. Dívky nejvíce motivovala kultura, vzdělání a jazyk, zato chlapce ve velké míře motivovalo samotné cestování a zkušenosti či poznávání kultury. Dívky se těší na kulturní zážitky a poznávání přírody. Chlapce motivuje poznávání nových míst. Hlavní motivace může být různá, proto je i tato otázka otevřená, aby nemohlo dojít k opomenutí některého z faktorů ovlivňujících cestování.

3. Záleží respondentům více na kultuře dané země nebo na přírodních krásách?

Třetí otázka odhalila, že studentům záleží jak na kultuře, tak na přírodních krásách navštívené země. Dívky i chlapci z UHK se zmiňují o obou těchto

motivačních faktorech, kvůli kterým cestují. Přesněji studentům UHK záleží na přírodních krásách a kulturních památkách. Studenti z cizích zemí často zmiňují hrady nebo zámky, především chlapci zmiňují, že chtějí poznat naše tradice a oslavy svátků, jako jsou třeba Vánoce.

4. Co účastníci CR od cizí země očekávají?

Jak studenti UHK, tak studenti z cizích zemí mají stejná očekávání. Studenti očekávají především poznávání nové kultury, cestování nebo poznávání místní gastronomie. Studenti UHK očekávají vstřícnost místních lidí a poznávání nových přátel. Studenti z cizích zemí sice očekávají vstřícnost místních lidí, ale někteří označují Čechy za chladné a myslí si, že problémem bude jazyková bariéra. Z toho by mohlo vyplývat, že si studenti z cizích zemí myslí, že komunikace v angličtině zde nemusí být vždy bezproblémová.

6.2 Shrnutí dotazníkového šetření

Z otázek dotazníkového šetření byly zjištěny následující výsledky.

Při rozdělení respondentů na dívky a chlapce bylo z odpovědí zjištěno, že dívky odpovídají stručněji a obecněji než chlapci.

Zajímavé odpovědi vyplynuly z otázky, zda se studenti při cestách něčeho obávají. Bylo předpokládáno, že pokud student ještě nevycestoval, na cestu se těší, proto tolik nevnímá hrozby z cestování. Zato ten, kdo již vycestoval, by měl hrozby vidět reálněji, v horším případě je i zažít. Dotazníkové šetření ale prokázalo opak. Zahraniční studenti, kteří již přicestovali do České republiky, zjistili, že nemusejí mít strach, proto do dotazníků velká část sděluje, že nemá žádné obavy. Zatímco studenti UHK, kteří se na cestu teprve chystali, se obávají více věcí najednou. Nejzajímavějším faktem u studentů UHK je to, že dívky se obávají reálných hrozeb nacházejících se v daných destinacích, kdežto chlapci se obávají vlastních pocitů a jazykové bariéry během cestování. Na tuto otázku odpovídali zahraniční studenti velmi odlišně. Dívky zmínily strach z drobné kriminality, což by mohlo vypovídat o tom, že se někteří studenti bojí cestovat do České republiky už kvůli informacím, že zde mohou být během jejich cest okradeni.

Nejvíce se lišila odpověď chlapců z UHK a chlapců z cizích zemí při otázce, z čeho mají největší obavy. Zatímco chlapci z UHK zmiňovali strach z odloučení od rodiny, většina chlapců z cizích zemí se nebála ničeho. Tyto výsledky šetření by mohly poukazovat na fakt, že chlapci z cizích zemí jsou více otevření cestování a nebojí se podniknout cesty do zahraničí, zato chlapci z UHK jsou více uzavření a vázáni na rodinu a přátele ve svém okolí, které nelehce opouštějí.

Studenti z cizích zemí byli podle výsledků dotazníkového šetření otevřenější cestování a velká část z nich by v budoucnu chtěla vycestovat ze své rodné země natrvalo. Někteří chlapci se také zmiňují o tom, že Česká republika je dobrým místem, ze kterého se dá procestovat celá Evropa.

Také u otázky týkající se místních obyvatel byly odlišné reakce. Studenti UHK označili místní lidi pozitivně, například slovy jako „milí, nápomocní a tolerantní“. Z toho vyplývá, že mají pozitivní očekávání vůči místním obyvatelům a nebojí se odmítnutí nebo xenofobie. Studenti z cizích zemí také označují Čechy jako milé, tolerantní a přátelské, ale také jako chladné. Často se zde objevovala i odpověď „neumí dobře anglicky“. Studenti v dotaznících sice uvádějí, že očekávali, že Češi neumí dobře anglicky, přesto uvádějí, že profesori na půdě UHK jsou milí, nápomocní a umí dobře anglicky. Dále zmiňují i to, že se Češi pokoušejí pomoci i přes jazykovou bariéru.

6.3 Shrnutí výzkumu mentálních a kognitivních map

Motivace studentů k cestování byla zjišťována pomocí zakreslení map do vyhrazeného pole v dotazníku. Cílem tohoto nestrukturovaného mapování bylo zjištění motivů a představ o cestování v navštívené zemi. Respondent se mohl volně vyjádřit a tím odhalit objekty svého zájmu, které nebylo možné zjistit z ostatních otázek v dotazníku.

Studenti většinou kreslili mapu ostrova, státu nebo města, do kterého cestovali. Mezi těmito mapami se objevilo i pár mentálních map tvořených klíčovými slovy. Středem těchto map byl Hradec Králové a v jednom případě také Bílá věž. Z tohoto místa vedly ramena k dalším pojmům. Ale tyto mapy byly velmi jednoduché a tvořilo je jen pár slov.

Zatímco některé mapy byly velmi jednoduché a označovaly pouze několik objektů, jiné byly propracované a odhalovaly motivaci studentů k jejich cestování do cizí země. Studenti UHK na svých mapách z prvního dotazníku často znázorňovali tvar státu, důležitá města nebo přírodní krásy. Ti studenti, kteří odpověděli na druhý dotazník, byli často i ochotní poslat svou mapu spolu s odpověďmi na dotazník. Tyto mapy se lišily především v rozsahu zaznamenaných objektů, kterými byly mimo jiných města nebo národní parky.

Velká část dotazovaných studentů z UHK cestovala na Taiwan a jejich mapy před a po vycestování byly sice rozsáhlejší, to však nebylo překvapením – větší znalosti studentů o této zemi se předpokládaly, protože velká část z nich studovala obor Management cestovního ruchu. Z map některých studentů byla zřejmá jejich motivace k cestování. Téměř u 30 % map z prvního dotazníku byla motivace k cestování odhadnutelná, což nelze říct o zbylých mapách. U druhého dotazníku bylo možné vyčíst motivaci až u 70 %. Motivace k cestování by se mohla projevit například u studentky, která cestovala za přírodou a na své mapě vyobrazila hned několik národních parků. Podobně tomu bylo u studenta, který chtěl cestovat a poznávat různá místa. Student zakreslil nejenom mapu Taiwanu, ale také celou jihovýchodní Asii a Filipínské ostrovy, ze kterých svou mapu odesílal.

Zahraniční studenti měli za úkol zakreslit mapu Hradce Králové. Většina map obsahovala obchodní domy, budovu univerzity, Bílou věž a Palachovy koleje. Některé mapy byly rozsáhlejší o komunikace a řeky. Objekty vůči sobě byly zakresleny velmi zkresleně a někdy i na nesprávných místech. V případech, kdy bylo možné mapy na začátku pobytu a po dvou měsících porovnat, byly změny na viditelné a to především v rozložení objektů, které se tentokrát nacházely na správných místech a byly lépe rozmístěny vůči sobě. Také silniční komunikace byly přesnější a podrobnější a přibývaly sportovní areály, které studenti buď potkávali cestou do školy, nebo je přímo navštěvovali. Tyto objekty mohly být motivací k cestování. V mapě se mohly objevit také objekty, které vůbec nesouvisely s motivací.

Tím, že respondenti kreslili své mapy, jim bylo umožněno, aby se vyjádřili o místě, do kterého cestovali. Dalším cílem bylo odhalení jejich motivů k cestování skrze tyto mapy. Respondenti však ne vždy zanesli do map svou motivaci k cestování. Jejich motivace byla v některých případech lépe odhalitelná spíše z ostatních otázek v dotazníku.

6.4 Shrnutí sekundárního výzkum motivace

Program Erasmus je zprostředkováván pomocí instituce, jako je kupříkladu Univerzita Hradec Králové. Erasmus se snaží motivovat studenty k zahraničním pobytům mnoha stimulatory. Tato motivace je cílená a pro studenty, kteří nemohou vycestovat sami na vlastní režii, je tento program někdy jedinou nebo první šancí vycestovat. Studenti, kteří díky němu vycestovali, poznali nejen novou zemi a kulturu, ale také se osamostatnili a potkali spoustu jiných studentů z cizích zemí a navzájem si pomáhali.

Dánská studie, jejíž výzkum se zabývá motivačními faktory, které ovlivňují mladé lidi při výběru městské destinace v Evropě, si zvolila motivační faktory, které se týkají aktivit a pobytu ve městech. Patří mezi ně mimo jiné i dobrá nákupní místa, párty a zábava nebo přístup k informacím o destinaci. Tyto faktory byly odlišné od faktorů, které uváděli respondenti v primárním výzkumu. Dále se tato studie lišila hypotézami, které si stanovila, a některé z nich byly také potvrzeny. Pokud jde o rozdělení na muže a ženy, jsou obecně motivační faktory u obou těchto skupin v dánské studii stejné, což nelze říct o výsledcích primárního výzkumu, ve kterém se dívky zaměřují více na kulturu a přírodu a chlapci na samotné cestování. Dánský studie tedy došla k jiným závěrům.

Vietnamská studie také odhaluje odlišné motivační faktory, což bylo předpokládáno, protože Vietnam není evropskou zemí a kulturou se od ní velmi liší. Motivační faktory nejvíce ovlivňují výběr destinace. Mezi tyto hlavní faktory patří především bezpečnost destinace, na které záleží i podle respondentů primárního výzkumu, dále pak úroveň a cena dopravy a ubytování. Dále vietnamská studie rozlišuje motivační faktory na push a pull. Přitom zjišťuje, že

výrazně převládají push faktory. Což by mohlo znamenat, že Vietnamci nejsou ve své zemi tolik spokojeni a snaží se cestovat mimo ni. Dále potvrzuje, že většina respondentů preferuje vytvoření vlastního itineráře. Studie a její výsledky se liší, protože znázorňují postavení odlišných kultur.

7 Závěry a doporučení

Na základě dotazníkového šetření lze z vyplynulých výsledků a závěrů navrhnout následující doporučení.

Z této práce vyplývá, že cestování a poznávání nové kultury je pro studenty nejen velkým dobrodružstvím, ale také dodává odhodlání a výzvy nezůstat jen v rodné zemi. Erasmus spolu s univerzitami umožňuje studentům vycestovat na místa, kde poznávají nejen jednu novou kulturu a jedno místo, ve kterém studují, nebo pracují, ale díky těmto systémům poznávají studenti spoustu kultur a míst, protože se setkávají s dalšími studenty z cizích zemí a navzájem si pomáhají. Pobyt nemusí být omezen jen na Českou republiku, ale studenti mohou snadno vycestovat do jiných evropských zemí. Cestují z výchozího bodu do dalších míst, a proto by měly studijní pobyty v zahraničí být součástí cestovního ruchu a bezpochybně motivují k dalším cestám studentů, které už podnikají sami na vlastní pěst.

7.1 Návrh dalších možných zkoumání dané problematiky

Bylo by přínosné dále pokračovat v tomto zkoumání motivace cestování skrze mentální mapy. Ke sběru a zpracování je třeba delšího časového horizontu, aby bylo možné shromáždit větší množství informací. Také by bylo efektivnější se studenty vést rozhovory, což by znamenalo značnou časovou náročnost. Přínosné by bylo také vyhledat jak studie provedené v České republice, tak studie zahraniční, které se zaměřují na motivaci účastníků cestovního ruchu a hledají rozdíly mezi motivací žen a mužů.

8 Seznam použité literatury

8.1 Knižní zdroje:

INDROVÁ, J. A KOL. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 89 s. ISBN 978-80-7399-407-05.

NAKONEČNÝ, M. *Psychologie. Přehled základních oborů*. 1. vydání. Praha: Triton, 2011, 864 s. ISBN 978-80-7387-443-8.

NAKONEČNÝ, M. *Psychologie osobnosti*. 2. vydání. Praha: Academia, 2009, 620 s. ISBN 978-80-200-1680-5.

NOLEN-HOEKSEMA, S. *Psychologie Atkinsonové a Hilgarda*. 3. vydání, přeprac. Praha: Portál, 2012, 884 s. ISBN 978-80-262-0083-3.

SMOLÍK, J. *Subkultury mládeže: uvedení do problematiky*. 1. vydání. Praha: Grada, 2010, 281 s. ISBN 978-802-4729-077.

TROUSIL, M. A JAŠÍKOVÁ, V. *Úvod do tvorby odborných prací*. 2. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015, 240 s. ISBN 978-80-7435-542-4.

VENCLOVÁ, K. A KOL. *Geopsychologie a ekopsychologie v cestovním ruchu*. 1. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015, 242 s. ISBN 978-80-7435-540-0.

VYSTOUPIL, J. A KOL. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011, 315 s. ISBN 978-807-3803-407.

ZELENKA, J. A KOL. *Kognice prostoru*. 1. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014, 314 s. ISBN 978-80-7435-352-9.

ZELENKA, J. A PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vydání. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

ZELENKA, J. *Výzkum kognitivních a mentálních map*. 1. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008, 192 s. ISBN 978-80-7041-323-4.

ZELENKA, J. *Cestovní ruch – marketing*. 3. vydání přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015, 247 s. ISBN 978-80-7435-543-1.

8.2 Elektronické zdroje:

ELIÁŠOVÁ, M., Erasmus. [online]. Vydáno 24. 2. 2016, [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <<https://www.uhk.cz/cs-CZ/FF/Veda-a-zahranicni-styky/Zahranicni-styky/Erasmus>>

ERASMUS STUDENT NETWORK. Why study abroad? [online]. Brusel, Belgie: ESN, Vydáno 10. 10. 2014, [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <<https://esn.org/why-study-abroad>>

INFLOW.CZ. Software pro tvorbu mentálních map. [online] © 2007 – 2013 Vydáno 7. 6. 2010, [cit. 2016-1-20]. Dostupné z: <<http://www.inflow.cz/software-pro-tvorbu-mentalnich-map>>

MANAGEMENTMANIA.COM. Motivace, motivování a motivační teorie. [online] ©2011-2013 Vydáno 14. 10. 2015a. [cit. 2016-1-6]. Dostupné z: <<https://managementmania.com/cs/motivace-a-motivovani>>

MANAGEMENTMANIA.COM. Mentální mapy. [online] ©2011-2013 Vydáno 24. 7. 2015b. [cit. 2016-1-10]. Dostupné z: <<https://managementmania.com/cs/mentalni-mapy>>

NAZKUSENOU.CZ, Work & Travel, [online]. © 2007-2016. Provozuje gdi, s.r.o. [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: <<http://www.nazkusenou.cz/work--travel-a-kratkodobe-programy-pro-mlade-lidi-a25.html>>

NGUYEN, Thi Khanh Linh. Student and youth travel: motivation, needs and decisionmaking process: a case study from vietnam. Australian Academy of Business and Social Sciences Conference and The Journal of Developing Areas [online]. 2014 [cit. 2016-04-04]. ISBN 978-0-9925622-0-5. Dostupné z: <https://www.aabss.org.au/system/files/published/AABSS2014_193.pdf>

SERBAN, Volina. 7 Reasons to Participate in an Erasmus Exchange Program. TOPUNIVERSITIES: Worldwide university rankings, guides & events [online blog]. 2015 [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <<http://www.topuniversities.com/blog/7-reasons-participate-erasmus-exchange-program>>

ŠINDELÁŘOVÁ, L., Youth travel – mladí cestovatelé. Cestovatel.cz 2008. ISSN 1213-3337. [online] Vydáno 28. 11. 2008 [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.cestovatel.cz/clanky/youth-travel-mladi-cestovatele>>

ŠINDELÁŘOVÁ, L. CzechTourism. Volunturismus – dobrovolnická turistika. Cestovatel.cz 2008. ISSN 1213-3337. [online] Vydáno 21. 4. 2008 [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <<http://www.cestovatel.cz/clanky/volunturismus-dobrovolnicka-turistika/>>

TOMIC A KOL. Faktors influencing the motivation of young people when choosing a city destination in Europe a case study from Esbjerg Denmark. European Researcher [online]. 2014, Vol.(69), № 2-2 [cit. 2016-04-04]. ISSN 22240136. Dostupné z:

<https://www.academia.edu/6494405/Factors_Influencing_the_Motivation_of_Young_People_When_Choosing_a_City_Destination_in_Europe_a_Case_Study_From_Esbjerg_Denmark_>

UNWTO-WYSETC. Launch Global Declaration to Promote Youth Travel. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<https://www.prlog.org/11982426-unwto-and-wysetc-launch-global-declaration-to-promote-youth-travel.html>>

UNWTO & WYSE Confederation. AM Reports 'The Power of Youth Travel' [online]. 2011, Volume 2 [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <<http://www2.unwto.org/publication/am-reports-volume-2-power-youth-travel>>

8.3 Seznam použitých zkratk

CR	Cestovní ruch
ESN	Erasmus Student Network
FIM	Fakulta informatiky a managementu
HK	Hradec Králové
NAEP	Národní agentura pro evropské vzdělávací programy
UHK	Univerzita Hradec Králové
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
WYSETC	World Youth Student and Educational Travel Confederation

9 Přílohy

9.1 1. Dotazník „Motivace návštěvníků v cestovním ruchu“

Motivace návštěvníků v cestovním ruchu

Autor dotazníku: Zuzana Jáklová

Kontakt na autora: zuzana.jaklova@uhk.cz

Vážené studentky, vážení studenti, při zpracování bakalářské práce „Motivace návštěvníků v cestovním ruchu“ mi velmi pomůže tento dotazník, proto Vás prosím o jeho vyplnění. Výsledky průzkumu budou sloužit pouze pro účely bakalářské práce a budou zpracovávány anonymně.

Dotazník obsahuje řadu otázek pro vás, kteří jste studenty/kami UHK a chystáte se vycestovat z České republiky.

- Věk:
- Pohlaví: a) žena b) muž
- Národnost:
- E-mail:
(na e-mail, který uvedete, Vám bude později zaslán dotazník pro zjištění, jak se očekávání změnilo vůči realitě)

Ke každé otázce jsou uvedeny pokyny pro vyplnění. Prosím Vás, abyste otázky zpracovávali popořadě.

1. Část – Základní informace o zemi, do které cestujete.

1) Do které země se chystáte vycestovat? Napište *prosím libovolnou odpověď*.

.....

2) Co se vám vybaví ve spojitosti se zemí, do které cestujete? Napište *prosím libovolnou odpověď*.

.....

.....

.....

3) Jakou máte představu o místních lidech? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....

.....

.....

4) Víte něco o městě, do kterého cestujete? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

5) Nakreslete jednoduchou mapu míst, o kterých ve městě, do kterého cestujete, víte. *Zakreslete prosím do vyhrazeného pole.*



2.Část – Motivační faktory

6) Co Vás motivovalo k cestě do cizí země? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

7) Co očekáváte od cizí země? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

8) Na co se nejvíce těšíte? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

9) Čeho se naopak nejvíce bojíte? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

10) Která z uvedených věcí je ve Vašem žebříčku hodnot největší motivací pro cestu do cizí země?

Přiřaďte čísla od 1 do 5 k údajům, které jsou uvedeny.

- 1 = moje hlavní motivace
- 2 = patří mezi významné motivace
- 3 = záleží mi na tom
- 4 = slabší motivace
- 5 = není to mou prioritou

- Poznat lidi

- Odpočinout si, zbavit se stereotypu

- Poznat novou kulturu

- Poznat přírodu

- Vzdělávat se

- Dospět

- Chci cestovat

3.Část – Očekávání

11) Plánujete poznat cizí kulturu a tradice nebo přírodní krásy? Máte nějaké tipy?
Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

12) Uvažovali jste o trvalém pobytu v cizí zemi? Lákalo by Vás to? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

Děkuji za vyplnění dotazníku.

Zuzana Jáklová

1. Dotazník „ Visitor’s motivation in tourism“ pro zahraniční studenty

Questionnaire: Visitor’s motivation in tourism

Author: Zuzana Jáklová

Contact: zuzana.jaklova@uhk.cz

Dear respondents, this questionnaire would help me a lot with elaborating my final Bachelor thesis „Visitor’s motivation in tourism“, so I highly beg you for filling it. The results will be used only for the thesis and they will be anonymous.

The questionnaire consists of questions for students, which are from UHK and prepare themselves for stay in another country and for those foreign students, which already came to Czech Republic.

- Age:
- Gender: a) female b) male
- Nationality:
- E-mail:

(The e-mail is necessary because later I am going to send you another questionnaire to check how the reality is during your stay. This one checks what were your expectations and first experiences.)

1. Part – Basic information about the country you are travelling to.

1) To which country are you travelling to?

Czech Republic

2) What was first on your mind when you heard Czech Republic before you came here?

.....
.....

.....

3) What was your imagination of local Czech people? What did you expect them to be?

.....
.....
.....

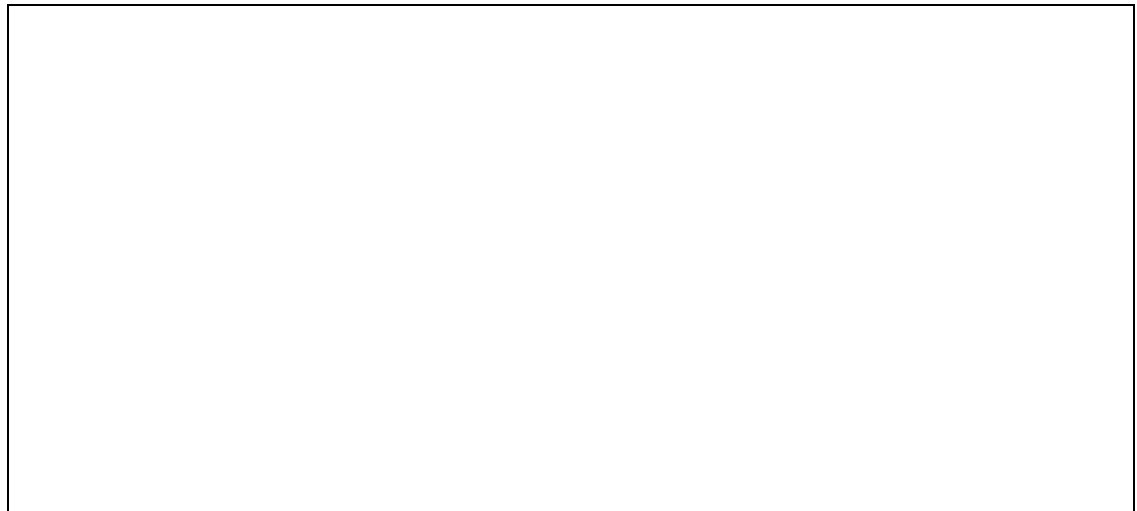
4) How are the people you meet in UHK (students, teachers, staff, etc.)?

.....
.....
.....

5) Did you know anything about the city (Hradec Králové/Prague) you were travelling to?

.....
.....
.....

6) Draw a simple map of places in Hradec Králové which you already know and where you spend the most of your time here. (Please do not use a real map, draw what's on your mind!)



2. Part – Motivation factors

7) What was your motivation to go to Czech Republic?

.....
.....
.....

8) What did you expect from the stay in a foreign country?

.....
.....
.....

9) What did you look forward before you arrived?

.....
.....
.....

10) Did you have any fears of travelling, of foreign country, people etc.?

.....
.....
.....

11) Which of those things were more important for your motivation to go to a foreign country?

Make a list of values. Add the numbers from 1 to 5 explained below.

1 = my main/strongest motivation

2 = belongs to an important motivation

3 = i care about it, but not that important motivation

4 = weak/low motivation

5 = it's not my motivation at all

- Know new people
- Relax, get rid of stereotype
- Know new culture
- Discover the nature
- Educate
- Grow up/ mature/ get „older“, get „adult“
- Just travelling

3. Part - Expectations

12) Did you plan to know new culture, traditions or some natural beauties? Did you have any tips before you arrived?

.....
.....
.....

13) Have you ever considered a permanent stay in any foreign country? Would you like it?

.....
.....
.....

Thank you for filling this questionnaire.

Zuzana Jáklová

9.2 2. Dotazník „Motivace návštěvníků v cestovním ruchu“

Motivace návštěvníků v cestovním ruchu

Autor dotazníku: Zuzana Jáklová

Kontakt na autora: zuzana.jaklova@uhk.cz

Druhý Dotazník obsahuje řadu otázek pro vás, kteří jste studenty/kami UHK a vyplnili jste již můj první dotazník.

Vážené studentky a studenti, tímto vás žádám o vyplnění 2. dotazníku.

Výsledky průzkumu budou sloužit pouze pro účely bakalářské práce.

- Pohlaví: a) žena b) muž
- Národnost:
- E-mail:
(slouží pro spárování prvního a druhého dotazníku)

Ke každé otázce jsou uvedeny pokyny pro vyplnění. Prosím Vás, abyste otázky zpracovávali popořadě.

1.Část – Základní informace o zemi, do které jste cestovali

1) Do které země jste cestovali? Napište *prosím libovolnou odpověď*.

.....

2) Co se vám (bezprostředně) vybaví ve spojitosti se zemí, do které jste cestovali? Napište *prosím libovolnou odpověď*.

.....
.....
.....

3) Jak na vás působí místní lidé? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

4) Víte něco o městě, do kterého jste cestovali? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....

.....
.....

5) Nakreslete jednoduchou mapu míst, do kterých jste cestovali nebo vypište klíčová slova, která vás napadají v souvislosti s touto zemí.

Zakreslete prosím do vyhrazeného pole.



2.Část – Motivační faktory

6) Jak se změnila vaše představa o místě, do kterého jste cestoval/a? Chcete ještě někdy tuto zemi navštívit? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

7) Co jste si v cizí zemi nejvíce užili? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

8) Máte ještě nějaké obavy? Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

3. Část – Pocity z cestování

9) Co vás v cizí zemi zaujalo? Jak proběhlo seznamování s cizí kulturou?

Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....
.....

10) Uvažovali jste o trvalém pobytu v cizí zemi? Lákalo by Vás to?

Napište *prosím libovolnou odpověď*

.....
.....

Děkuji za vyplnění dotazníku.

Zuzana Jáklová

2. Dotazník „ Visitor’s motivation in tourism“ pro zahraniční studenty

Visitor's motivation in tourism

Author: Zuzana Jáklová

Contact: zuzana.jaklova@uhk.cz

Dear respondents, this questionnaire would help me a lot with elaborating my final Bachelor thesis „Motivation of visitors in tourism“, so I highly beg you for filling it.

The results will be used only for the thesis and they will be anonymous.

This second questionnaire consists of questions for foreign students who are finishing their stay in the Czech Republic. The questionnaire asks for their experience and knowledge after they have already been in the Czech for a long time. Later it is compared with the first questionnaire, the thesis looks for the difference in experience and the point of view of the respondents.

- Age:
- Gender: a) female b) male
- Nationality:

- E-mail:
(The e-mail is necessary because it serves to connect it with your first questionnaire and keep it anonymous ;))

1. Part – Basic information about the country you are travelling to.

1) To which country are you travelling to?

Czech Republic

2) What is immediately on your mind when you think about Czech Republic?

.....
.....
.....

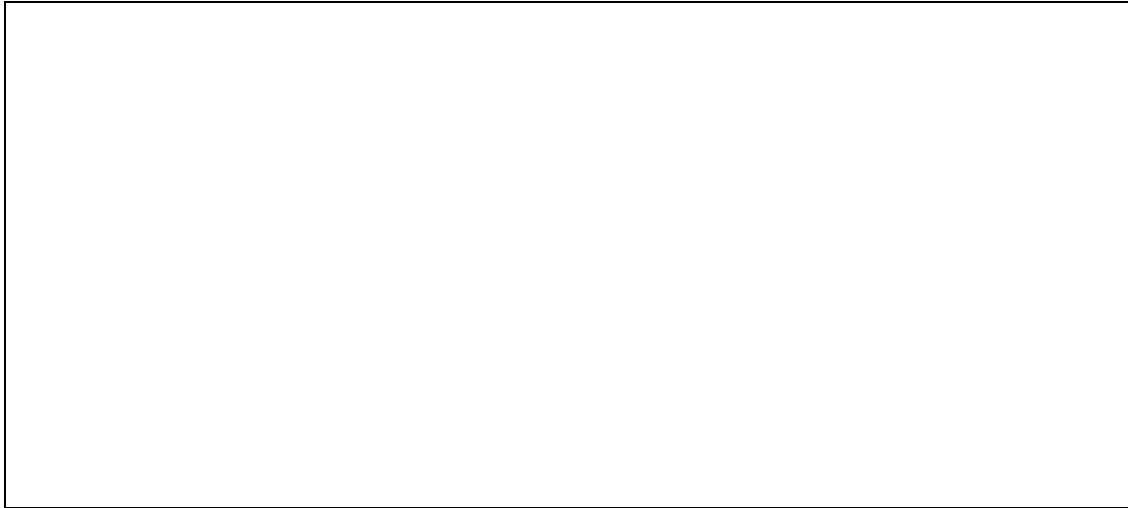
3) How are the Czech people?

.....
.....
.....

4) What do you know about the city you have been/were living in?

.....
.....
.....

5) Draw a simple map of places in Hradec Králové which you know well and where you spend your time. (Please do not use a real map, draw what's on your mind!)



2. Part - Motivation factors

6) How did your opinion (imagination) of the Czech Republic change after the stay?

Would you like to come here again?

.....
.....
.....

7) What did you enjoy the most in the Czech Republic?

.....
.....
.....

8) Do you still have any fears?

.....
.....
.....

3.Part - Feelings of travelling

9) What was the most interesting for you about Czech Republic?

.....
.....
.....

10) Did you get used to the foreign culture easily or not? How and why?

.....
.....
.....

11) Have you ever considered a permanent stay in any foreign country? Would you like it?

.....
.....
.....

Thank you for filling the final questionnaire.

Zuzana Jáklová

Univerzita Hradec Králové
Faculty of Informatics and Management
Akademický rok: 2015/2016

Studijní program: Economics and Management
Forma: Full-time
Obor/komb.: Management cestovního ruchu - německý jazyk
(mcr-p-n)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Jákllová Zuzana	Náměstí K. V. Raise 19, Lázně Bělohrad	I1301185

TÉMA ČESKY:

Motivace návštěvníku v cestovním ruchu

TÉMA ANGLICKY:

Motivation of visitors in tourism

VEDOUcí PRÁCE:

prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc. - KRRCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Obsah

1. Úvod
2. Cíl práce
3. Metodika zpracování
- 3.1. Výzkumné otázky
- 3.2. Metody výzkumu
- 3.3. Literární rešerše
4. Teoretická část
- 4.1. Motivace
- 4.2. Motivace v cestovním ruchu
- 4.3. Cestování mladých
- 4.4. Mentální mapy
5. Praktická část
- 5.1. Sekundární výzkum motivace
- 5.2. Vlastní výzkum motivace
- 5.3. Vlastní výzkum mentálních map
- 5.4. Výsledky a zhodnocení výzkumu
6. Shrnutí výsledků práce
7. Závěry a doporučení
8. Seznam použitých zdrojů

9. Přílohy

Tématem bakalářské práce je teoretická analýza a sekundární i empirický výzkum motivace účastníků cestovního ruchu se specifickým zaměřením na motivaci ke studijním pobytům. Do empirického výzkumu motivace a souvisejících mentálních map budou zahrnuti studenti UHK i studenti, kteří do České republiky přicestovali z jiných zemí. Tento výzkum bude doplněn výsledky sekundárního výzkumu motivace studentů.

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

1. TROUSIL, Michal a Veronika JAŠÍKOVÁ. Úvod do tvorby odborných prací. Vyd. 2., rozš. Hradec Králové: Gaudemaus [i.e. Gaudeamus], 2015, 240 s. ISBN 978-80-7435-542-
2. ZELENKA, Josef. Výzkum kognitivních a mentálních map. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008, 192 s. ISBN 978-80-7041-323-4.
3. HAHN, H. KAGELMANN, H. J. (1993): Tourismuspsychologie und Tourismussociologie: ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft, Quintessenz, München, 630 str.
4. ATKINSON, Rita L. Psychologie. 2. vyd. / Praha: Portál, 2003, xxii, 751 s. ISBN 80-7178-640-3.

Podpis studenta:

J. Křivánek

Datum: 14.10.2015

Podpis vedoucího práce:

M. K.

Datum: 14.10.2015