

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury

VLIV PROGRAMU ERASMUS+ NA CESTOVNÍ RUCH

V OLOMOUCI

Diplomová práce

Autor: Bc. Veronika Jarošová, Rekreologie

Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph. D.

Olomouc 2017

Bibliografická identifikace

Jméno a příjmení autora: Bc. Veronika Jarošová

Název diplomové práce: Vliv programu Erasmus+ na cestovní ruch v Olomouci

Pracoviště: Katedra rekreologie

Vedoucí diplomové práce: Ing. Halina Kotíková, Ph. D.

Rok obhajoby bakalářské práce: 2018

Abstrakt: Tato diplomová práce pojednává o fenoménu, kterým je program Erasmus+, jeho účastnících a vlivu, který mají na cestovní ruch. Cílem práce je zjistit jak účastníci tohoto studijního programu, kteří v Olomouci studovali v akademickém roce 2016/2017, ovlivnili rozvoj cestovního ruchu, a to v rámci města Olomouce, ale i celé České republiky a zahraničních států. V rámci teoretické části se zabýváme historií i charakteristikou tohoto programu, cestovním ruchem, jeho účastníky a jejich motivy k cestování, cestováním mladých a charakteristikou prostředí České republiky. V části výzkumné jsme zvolili formu dotazování pomocí online dotazníkového šetření, díky kterému jsme byli schopni sesbírat potřebná data pro naši práci a dokázat tak, že vliv studentů programu Erasmus+ na cestovní ruch je nepopíratelný. Osloveno bylo celkem 304 studentů, jež na UP v Olomouci v rámci programu Erasmus+ studovali a do výzkumu se jich zapojilo 106. Výsledky poukázaly na příznivé působení těchto studentů na rozvoj cestovního ruchu, a to jak ve využívání služeb cestovního ruchu, tak dalších multiplikačních efektů, které dále rozvádíme v předkládané práci.

Klíčová slova: Erasmus+, cestovní ruch, cestování mladých, vzdělávací cestovní ruch

Souhlasím s půjčováním diplomové práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author's first name and surname: Bc. Veronika Jarošová

Title of master thesis: Influence of Erasmus+ program on tourism in Olomouc

Department: Recreationology

Supervisor: Ing. Halina Kotíková, Ph. D.

The year of presentation: 2018

Abstract: The thesis deals with the phenomena called Erasmus+ program, its participants and impact on tourism. The goal of this work is to find out how participants of this study program, who studied in Olomouc in academic year 2016/2017 influenced tourism in Olomouc city along with the entire Czech Republic and foreign countries. The theoretical part of this work focuses on general characterization of this program. Furthermore it focuses on the Czech demographic of the youth tourist and their motives for travelling. Research features results of an online survey designed to evaluate the impact and influence of Erasmus+ students. The author tried to reach all students who were studying at the UP in Olomouc under the Erasmus+ program in academic year 2016/2017. In total of 304 students, 106 of them were surveyed. The results of this survey highlighted the effects these students had on the development of tourism both directly and indirectly, these effects are presented and discussed further.

Keywords: Erasmus+, tourism, youth tourism, educational tourism

I agree with lending of this thesis in library range.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně s odbornou pomocí Ing. Haliny Kotíkové, Ph. D., uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a řídila se zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 20. 11. 2017

.....

Veronika Jarošová

Ráda bych poděkovala vedoucí mé diplomové práce Ing. Halině Kotíkové, Ph.D., za cenné rady, připomínky a vstřícnost. Moje srdečné poděkování také patří mojí mamince za nekonečnou podporu a trpělivost. Dále také děkuji všem lidem, díky kterým tato práce vznikla. Mgr. Zuzaně Hanelové za ochotu, přátelský přístup a pomoc při sběru dat. Upřímný dík patří také Univerzitě Palackého, a mé fakultě, díky kterým jsem dostala spoustu příležitostí a pochopila mnoho věcí. V neposlední řadě děkuji inspiraci mého života a spřízněné duši Báře, za to, že mi ukázala jinou cestu a otevřela oči.

„Erasmus+ is changing lives, opening minds“.
(Slogan programu Erasmus+)

OBSAH

1	ÚVOD	9
2	PŘEHLED POZNATKŮ	10
2.1	Program Erasmus a Erasmus+ a jejich historie.....	10
2.1.1	Cíle programu Erasmus+	12
2.1.2	Program Erasmus+ a Univerzita Palackého	13
2.2	Faktory a motivy ovlivňující mobilitu studentů.....	17
2.3	Cestovní ruch	19
2.3.1	Definice cestovního ruchu	20
2.3.2	Motivace v CR (motivory k cestování)	21
2.3.3	Účastník v cestovním ruchu.....	24
2.3.4	Cestování mladých	24
2.3.5	Vzdělávací cestovní ruch.....	27
2.4	Charakteristika prostředí České republiky.....	28
2.4.1	Postavení cestovního ruchu v národním hospodářství	30
2.4.2	Cestovní ruch v Olomouci.....	31
3	CÍLE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY	35
4	METODIKA.....	36
4.1	Metodika sběru dat.....	36
4.2	Dotazník.....	37
4.3	Výzkumný soubor	37
5	VÝSLEDKY.....	38
6	DISKUZE.....	70
6.1	Oficiální statistiky a námi zjištěné údaje	70
6.2	Služby v cestovním ruchu.....	70
6.3	Multiplikační dopad na cestovní ruch v Olomouci	72

6.4	Vliv studentů programu Erasmus+ na CR v jiných místech v ČR a zahraničí.....	73
7	ZÁVĚRY	75
8	SOUHRN	79
9	SUMMARY	80
10	REFERENČNÍ SEZNAM.....	81
11	PŘÍLOHY.....	88
11.1	Seznam použitých zkratek	88
11.2	Seznam obrázků	89
11.3	Počty respondentů podle země původu	91
11.4	Dotazník.....	92

1 ÚVOD

Cestování, poznávání a objevování patří čím dál více do života spousty lidí všech věkových kategorií. Jsou to právě pobyty v zahraničí, které lidem otevírají oči, mysl i srdce, což je známo již po mnoho let. Délka pobytu v zahraničí pochopitelně hraje stěžejní úlohu v této, řekněme hře o poznání sebe sama. Cestování a poznávání jiných kultur, tak pomáhá k tvorbě určité životní filosofie, kterou si každý člověk tvoří sám tím, co zažil na vlastní kůži a viděl na vlastní oči. Obzvláště v dnešní době, je velmi důležité šířit dobro, nikoli zlo a je to právě cestování, které je jakýmsi nástrojem pro autentické poznání reality (většinou). Ne vždy však bylo jednoduché za hranice vycestovat a rozvíjet tím svou osobnost, tak jako teď. Díky programu Erasmus, který v letošním roce oslavil své 30. narozeniny a poslal tak za studiem do zahraničí už čtyři miliony studentů, je studium v zahraničí poměrně snadno dosažitelné pro všechny. Bez přehánění můžeme říci, že zkušenosti získané prostřednictvím pobytu spojeného se studiem v zahraničí, jsou nenahraditelné a bez pochyby je tato cesta poznání hudbou budoucnosti. Tak jako hraje tento druh cestování velmi důležitou roli, pro každého jedince, je nepopíratelným přínosem pro rozvoj cestovního ruchu, který celosvětově tvoří jedno z nejvýznamnějších hospodářských odvětví, přispívá k tvorbě hrubého domácího produktu a vytváří mnohé pracovní příležitosti. Nejen z ekonomického hlediska tak ovlivňuje každou zemi. Rozvoj cestovního ruchu spojeného se studiem v zahraničí, tak může přispět ke vzdělanosti, všeobecnému rozhledu lidstva a lepší ekonomické situaci.

Překládaná práce se snaží zjistit, zda se účastníci programu Erasmus+ nebáli využít možností, které program nabízí a vylákali z něj maximum pro rozvoj svého osobního růstu a přispěli tak k rozvoji cestovního ruchu naší země popřípadě i jiných států. Práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část, ve kterých jsme se snažili dokázat spojitost a souznění programu Erasmus+ a cestovního ruchu.

Při psaní této práce jsme vycházeli z odborné literatury, internetových zdrojů a statistických údajů, ale i z velkého zájmu a osobních prožitků autorky, která se po dobu svého studia programu Erasmus+ dvakrát zúčastnila.

2 PŘEHLED POZNATKŮ

2.1 Program Erasmus a Erasmus+ a jejich historie

Program Erasmus+, vychází ze svého předchůdce zvaného Erasmus (European Action Scheme for the Mobility of University Students), jež byl pojmenován podle známého odpůrce dogmatismu, představitele humanismu a renesance z 16. století Erasma Rotterdamského. Byl zahájen roku 1987 a již v tomtéž roce, respektive v akademickém roce 1987/1988 se do programu zapojilo 11 zemí a zahraniční studijní pobyt absolvovalo na evropské úrovni 3244 studentů. Od té doby prošel program Erasmus řadou změn. V roce 1995 se Erasmus stal součástí rámcového vzdělávacího programu Socrates. Spektrum aktivit programu se postupně rozšiřovalo o mobility učitelů i projekty mezinárodní spolupráce mezi vysokými školami. Mobilita studentů i nadále zůstala hlavní aktivitou programu, díky níž je program považován za nejznámější a nejpoblárnější vzdělávací program EU (Botas & Huisman, 2013).

Program Erasmus byl od roku 2007/2008 součástí programu celoživotního učení- Lifelong Learning Programme (LLP) a byl spolufinancován ze zdrojů EU a MŠMT ČR. Byl vytvořen se záměrem podpořit vzájemné vztahy a spolupráci vysokých škol v rámci evropského prostoru, zkvalitnit jazykovou výuku, informovat o vzdělávacích systémech v různých zemích a dát vzdělání evropský rozměr. Za dobu své 30 leté existence tohoto programu, vyjelo do zahraničí studovat už čtyři miliony studentů. Přičemž 90 000 z nich tvoří také čeští studenti, kteří se programu po prvé mohli zúčastnit v akademickém roce 1998/1999 (<http://www.naep.cz/erasmus>).

Jeho nástupcem se stal program Erasmus+, který byl vytvořen pro období 2014 – 2020. Zahrnuje všechny současné unijní systémy financování v oblasti vzdělávání, odborné přípravy a mládeže: program celoživotního učení (Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius, Grundtvig), Mládež v akci a pět programů mezinárodní spolupráce (Erasmus Mundus, Tempus, Alfa, Edulink a program pro spolupráci s průmyslovými zeměmi). Nově také zavádí podporu sportu (http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about_en).

Co se financí týče, byl celkový rozpočet programu Erasmus+ schválen na 14,7 miliardy EUR, což je čtyřicetiprocentní zvýšení oproti rozpočtu Programu celoživotního vzdělávání v letech 2007 - 2013 (Zygierewicz, 2016).

Program Erasmus+ je jedním z komunitárních programů¹ EU s cílem zvýšení konkurenceschopnosti Evropy podporující zaměstnanost (<http://www.prague-house.eu/evropska-unie/fondy-eu-a-komunitarni-programy/komunitarni-programy/>).

Mezi programové země, v rámci kterých lze vycestovat patří všechny členské státy EU, členské státy Evropského hospodářského prostoru (Norsko, Island, Lichtenštejnsko), Turecko, bývalá Jugoslávská republika a Makedonie (<https://iro.upol.cz/erasmus/zakladni-informace/>).

Erasmus+ není určený pouze pro členské země, participace na programu je možná také pro partnerské země, které se přihlásí a splní základní stanovené podmínky. Každá země je povinna zřídit takzvanou národní autoritu, která program spravuje. V České republice se tímto zabývá Dům zahraničních služeb z pověření ministerstva školství (https://issuu.com/eurodeskcz/docs/mozaika_special_2014).

Zúčastnit se mohou studenti, učitelé, učni, dobrovolníci, vedoucí mládeže a funkcionáři amatérských sportovních organizací. Lze z něj také poskytnout finanční prostředky na partnerství vzdělávacích zařízení, mládežnických organizací, podniků, místních a regionálních úřadů a nevládních organizací, jakož i na reformy v členských státech s cílem modernizovat vzdělávání a odbornou přípravu a podpořit inovace, podnikatelské schopnosti a v neposlední řadě také zaměstnanost.

Erasmus+ je rozdělen na tři klíčové akce:

1. Klíčová akce - Vzdělávací mobilita jednotlivců.
2. Klíčová akce - Spolupráce na inovacích a výměna osvědčených postupů.
3. Klíčová akce - Podpora reforem vzdělávací politiky.

(<http://www.naerasmusplus.cz/cz/o-programu/>).

Spolu s dalšími 47 státy se Česká republika účastní Boloňského procesu. Ten byl založen v roce 1999, kdy 29 ministrů školství z Evropských států podepsalo tzv. Boloňskou Deklaraci (Selickaite & Reklaitiene, 2015).

¹ Komunitární program je víceletý program EU, jež je nástrojem prohlubování spolupráce a řešení společných problémů členských zemí EU ve specifických oblastech. Finance jsou alokovány přímo z rozpočtu EU. Další možnost k získání finančních prostředků na aktivity v následujících oblastech bez ohledu na stupeň rozvinutí regionu soudržnosti. Je možné jej využít i v regionu hlavního města a jednotlivých městských částech. Peníze jsou vždy přidělovány specifickému projektu a ne členskému státu jako tomu je v případě strukturálních fondů.

Hlavním cílem Boloňského procesu je vytvořit a dále rozvíjet Evropský prostor vysokoškolského vzdělávání (European Higher Education Area – EHEA). Primárně to však neznamena sjednocení jednotlivých národních systémů, jako spíše vytváření a rozvíjení prostředků pro jejich propojení. Cílem Boloňského procesu je zachovat diverzitu národních systémů, jakožto diverzitu jednotlivých vysokých škol. Zvýšit jejich vzájemnou prostupnost, ať už v rámci mezinárodní mobility studentů a akademiků nebo v rámci uznávání akademického vzdělání a kvalifikace získaných v ostatních zemích (<http://www.msmt.cz/vzdelavani/vysoke-skolstvi/bolonsky-proces-2>).

Program Erasmus+ se těší narůstající popularitě a velkému zájmu mezi přijímajícími i vysílajícími univerzitami. Dochází tak k rozvoji mobility mladých lidí, ke zlepšování jejich znalostí a zvýšení zájmu o studium samotné. Zapojením se do tohoto programu dochází ke společnému benefitu, kdy mladí lidé dostávají šanci studovat v zahraničí, zlepšit si tak cizí jazyk a rozšířit své obzory. Univerzity na oplátku mohou těžit z dobré reputace, rozšířit svoji studijní nabídku a co je nejdůležitější budovat svoji veřejnou image (Szwacka-Mokrzycka & Abutalibov, 2014).

Od oné transformace v roce 2014, kdy se z programu Erasmus stal Erasmus+, můžeme říci, že je tento program pro všechny. Jelikož ke klasickému studiu přibyly i pracovní stáže, o které je velký zájem (Santamarta & Mora-Guanche, 2015).

2.1.1 Cíle programu Erasmus+

Mezi cíle programu řadíme například usnadnění přístupu znevýhodněným a ohroženým skupinám a osobám se zdravotním postižením, jež mají zvláštní potřeby v oblasti vzdělávání. Dalším cílem je rozvoj evropského rozměru ve sportu a to zejména ve sportu na základní úrovni, v souladu s pracovním plánem Unie sportu. Dále také pomoc při rozvoji partnerských zemí v oblasti vysokoškolského vzdělávání. V neposlední řadě je také cílem snaha zaměřit se na dostupnost financování a transparentnost administrativních a finančních postupů, mimo jiné také prostřednictvím využívání informačních a komunikačních technologií a digitalizace (Kolektiv autorů, 2015).

Mezi další cíle programu Erasmus+ můžeme také zařadit snahu o rozvoj dovedností mladých lidí a s motivem zvýšení jejich šance získat dobré zaměstnání. Modernizace vzdělávání, odborné přípravy a práce s mládeží. Program Erasmus+ podporuje nadnárodní partnerství mezi institucemi zabývající se vzděláním a odbornou přípravou, tak aby byla navázána hlubší spolupráce mezi světem vzdělání a pracovním trhem. Aby tudíž došlo k jejich propojení nutnému k řešení nesouladu mezi potřebami evropského pracovního trhu a typy kvalifikace, které jsou v Evropě k dispozici. Podporuje rovněž úsilí členských států o modernizaci vzdělávání, odborné přípravy a práce s mládeží. V oblasti sportu podporuje místní tělovýchovu a projekty, které se věnují řešení negativních jevů, s nimiž se setkáváme v mnoha zemích (ovlivňování výsledků zápasů a soutěží, doping, násilí a rasismus). V této integrované podobě přináší Erasmus+ více možností spolupráce napříč odvětvími vzdělávání, odborné přípravy, mládeže a sportu a díky jednodušším pravidlům je rovněž snazší se ho účastnit, než tomu bylo u jeho předchůdců (<http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/>).

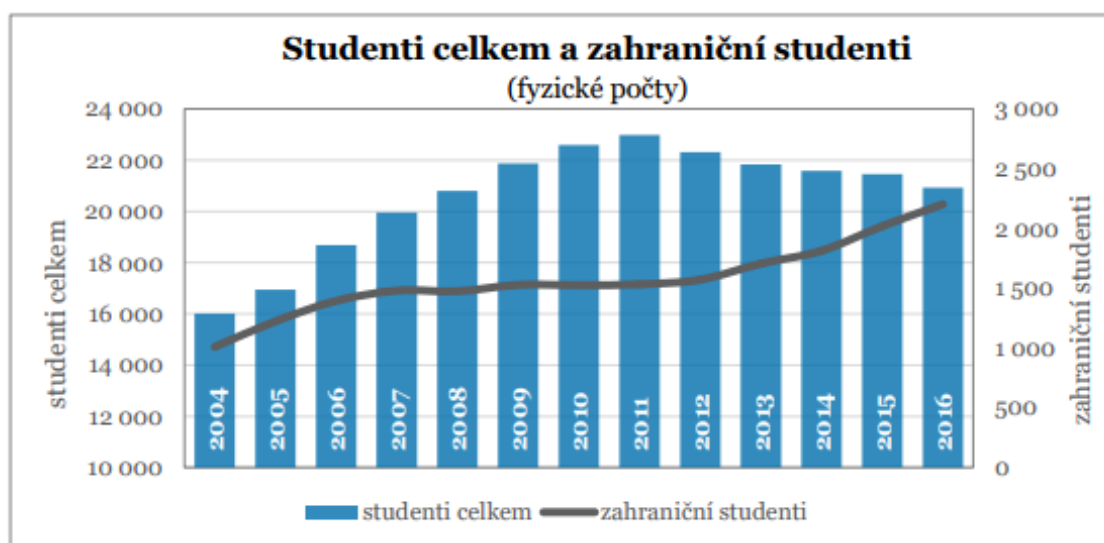
2.1.2 Program Erasmus+ a Univerzita Palackého

Univerzita Palackého v Olomouci je vysoká škola s dlouholetou tradicí. Byla založena v 16. století a je tak nejstarší vysokou školou na Moravě a po Univerzitě Karlově, druhou nejstarší v České republice. V současnosti UP představuje moderní vzdělávací instituci se širokou nabídkou studijních oborů. Patří k významným střeoevropským centrům vzdělanosti a výzkumu a v celé řadě oborů dosahuje svými výsledky evropské a světové úrovně. Kromě toho hraje i důležitou regionální roli. Je jedním z největších zaměstnavatelů v Olomouckém kraji a statutárním městě Olomouci. Na jejích osmi fakultách² studuje aktuálně téměř 21 000 studentů a je zaměstnáno přes 1600 pracovníků. Univerzita Palackého patří podle mezinárodních žebříčků mezi nejlépe hodnocené české univerzity a vede si velmi dobře i ve srovnání se zahraničními univerzitami (<https://www.upol.cz/univerzita/zakladni-informace/>).

² Cyrilometodějská teologická fakulta (CMTF), Filozofická fakulta (FF), Lékařská fakulta (LF), Právnická fakulta (PF), Pedagogická fakulta (PdF), Přírodovědecká fakulta (PřF), Fakulta tělesné kultury (FTK) a Fakulta zdravotnických věd (FZV).

Univerzita je bez pochyby v rozkvětu a těší se čím dál větší popularitě, za kterou vděčí jak vědecké činnosti, tak webové propagaci. V posledních letech jsou to však právě zahraniční studenti a nejvyužívanější program pro mobilitu studentů i zaměstnanců program Erasmus+, díky kterým se UP dostává do povědomí lidí takřka po celém světě.

Jak je uvedeno ve Výroční zprávě UP za rok 2016, byl podíl zahraničních studentů v roce 2016 11 % ze všech studentů UP. Na níže uvedeném obrázku (obrázek č. 1), je možné vidět, že rok od roku počet zahraničních studentů, kteří na UP prostřednictvím všech mobilit studují, roste.

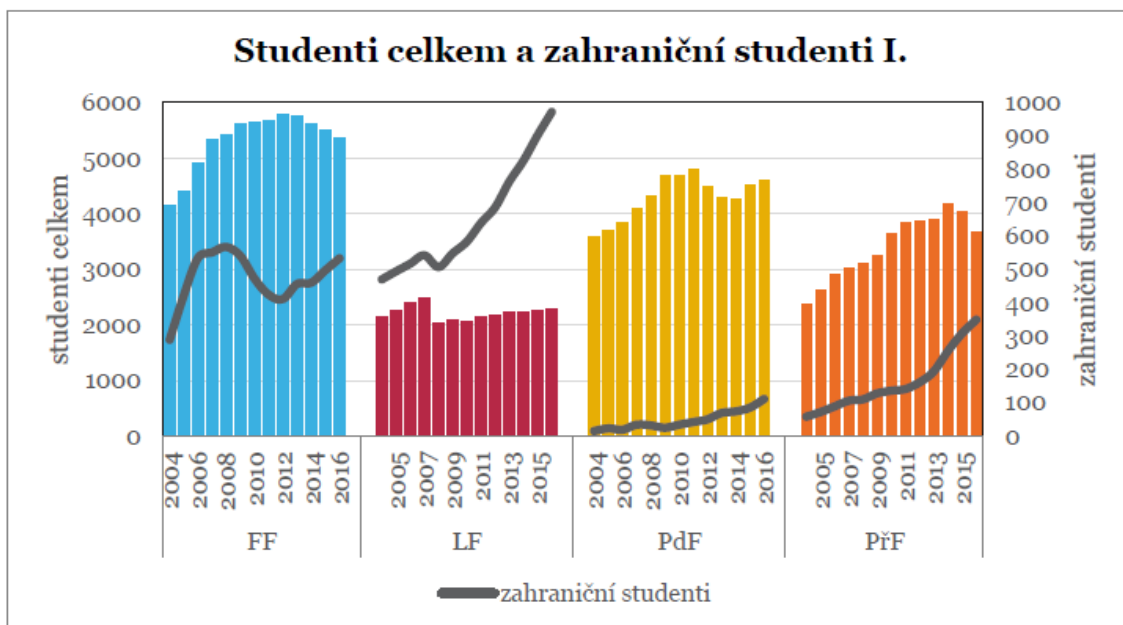


Obrázek č. 1: Studenti celkem a zahraniční studenti (UP v Olomouci, 2017).

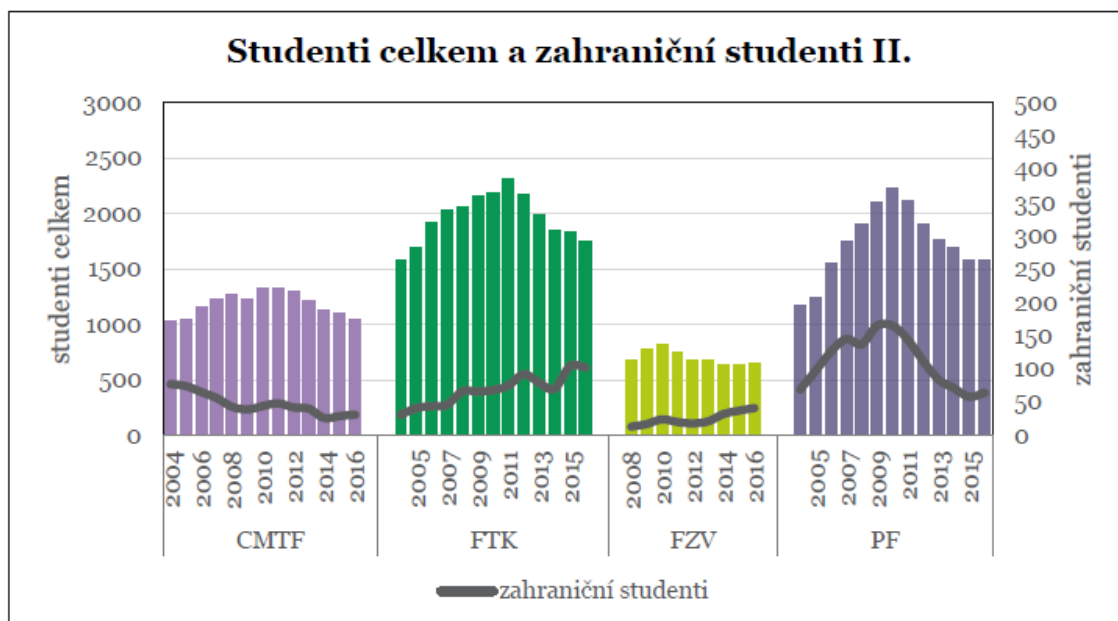
Až do roku do roku 2007 stoupal počet zahraničních studentů zhruba stejným tempem jako počet všech studentů UP. Od roku 2007 došlo, navzdory rostoucímu počtu všech studentů, ke stagnaci růstu zahraničních studentů, která trvala až do roku 2011. Od roku 2012 začaly počty všech studentů klesat, ale počty zahraničních studentů naopak růst.

Jak je vidět na následujících obrázcích (obrázek č. 2 & 3.), většina fakult vykazuje rovnoměrný nárůst počtu zahraničních studentů. Zatímco na některých fakultách rostou počty zahraničních studentů pozvolna, či dokonce klesají, Lékařská Fakulta a Přírodovědecká Fakulta se co se nárůstu zahraničních studentů týče, v tomto směru jeví jako nejdynamičtější. Lékařská Fakulta mezi ostatními fakultami vyniká také z hlediska poměrného zastoupení zahraničních studentů, jejichž podíl byl již v roce 2005 celých 20 % a v roce 2016 už dosáhl na hranici 42 %. Rostoucí popularitu UP potvrzuje fakt, že mezi lety 2004 a 2016 přijala ke studiu příslušníky celkem 114 států

ze všech šesti kontinentů. Počet zemí, jejichž příslušníci studují na UP v jednom roce, se vyšplhal na dvojnásobek a od roku 2010 si zachovává konstantní tempo růstu (UP v Olomouci, 2017).



Obrázek č. 2: Studenti celkem a zahraniční studenti I. (UP v Olomouci, 2017).

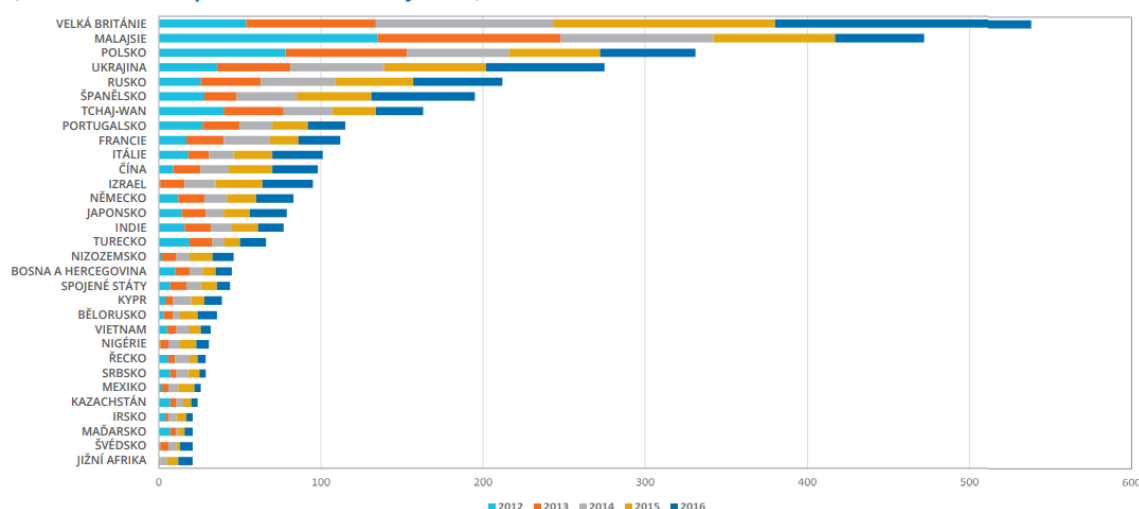


Obrázek č. 3: Studenti celkem a zahraniční studenti II. (UP v Olomouci, 2017).

V roce 2016 se také poprvé uskutečnily mobility v rámci projektů mezinárodní kreditové mobility programu Erasmus+. UP v tomto roce vyslala 8 studentů a 14 zaměstnanců, přijala pak 16 studentů a 17 zaměstnanců. Výměny probíhaly s partnerskými institucemi ve 12 zemích, mimo jiné v Izraeli, Bosně a Hercegovině, Srbsku, Kazachstánu, Rusku a USA (UP v Olomouci, 2017).

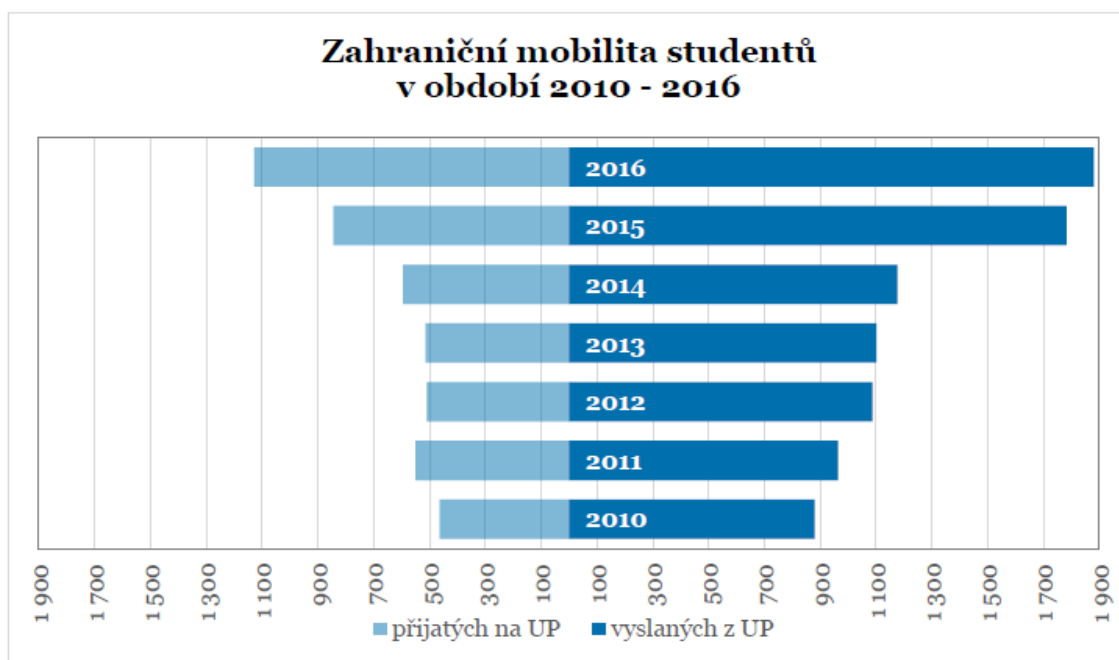
Jak se můžeme přesvědčit na následujícím obrázku (obrázek č. 4), je podle univerzitních statistik, do kterých nebyli zahrnuti studenti ze Slovenska, UP v Olomouci nejpopulárnější destinací pro studium zejména pro studenty z Velké Británie, Malajsie a Polska.

Počet zahraničních studentů ze zemí s alespoň 20 studenty za období 2012–2016 (mimo Slovensko s přibližně 1100 studenty ročně)



Obrázek č. 4: Počet zahraničních studentů (UP v Olomouci, 2017).

Nutno je také podotknout, že UP je sice velmi atraktivní přijímací destinací pro zahraniční studenty, ale nezaostává ani ve směru vysílání svých studentů do zahraničí (viz. obrázek č. 5). Nejpopulárnějšími destinacemi pro studium jsou podle poslední výroční zprávy UP Španělsko, Německo a Francie (UP v Olomouci, 2017).



Obrázek č. 5: Zahraňiční mobilita studentů (UP v Olomouci, 2017).

2.2 Faktory a motivy ovlivňující mobilitu studentů

Ještě než se dostaneme k samotným faktorům a motivům, je nezbytné vymezit pojem studentská mobilita. Můžeme tedy říci, že se jedná o studium na univerzitách jiných než instituce, ve které byl student původně imatrikulován. Studentská mobilita byla po dlouhou dobu důležitým elementem v plném akademickém vzdělání (Messer & Wolter, 2007).

Od roku 2005 se však mnohé změnilo. Obzvláště v roce 2014 s nástupem inovovaného programu Erasmus+. Proto do pojmu studentské mobility již dnes neřadíme pouze vysokoškolské studenty, ale i učně a žáky, kteří tak mohou rozšířit své obzory a vydat se za studiem mimo hranice našeho státu.

Jak uvádějí Rivza & Teichler (2007) je studentská mobilita často vnímaná jako velice vhodná cesta, která umožňuje studentům lepší přístup ke studiu, než na jejich domovské univerzitě. Jedná se zejména o případy, kdy je to mobilita uskutečněná z rozvojových zemí do zemí, jež jsou ekonomicky a akademicky rozvinuté. Studentská mobilita je relativně dobře zdokumentovaným trendem dnešní doby, který roste a je označován, za velmi žádoucí. Díky plánu Boloňského procesu, o kterém jsme se zmiňovali v podkapitole 2.1, dochází k zatraktivňování evropských i mimo evropských univerzit pro studenty z jiných částí světa. Součástí tohoto procesu je také usnadnění intra evropské studentské mobility na vertikální i horizontální úrovni. Vertikální studentská mobilita znamená pohyb,

při kterém dochází ke směřování k ekonomicky vyspělejšímu a akademicky vyššímu systému. Horizontální studentská mobilita znamená, že mezi zeměmi nebo institucemi je více méně rovná úroveň akademické kvality.

Mezi faktory, jež mohou stát v cestě studentům, kteří chtějí v rámci programu Erasmus+ vycestovat do zahraničí bezpochyby patří například politické, psychologické či ekonomické činitele. Ve většině případů se však jedná o nedostatek finančních prostředků. Proto má každý, kdo vyjíždí do zahraničí nárok na stipendium, jehož výše je předem stanovena na základě bilaterálních smluv. Výše stipendia se liší podle cílové země výjezdu, ty se dělí na tyto tři skupiny;

1. skupina - Dánsko, Finsko, Francie, Irsko, Itálie, Lichtenštejnsko, Norsko, Rakousko, Švédsko a Velká Británie. Zájemcům o studium ve výše uvedených destinacích přísluší stipendium ve výši 500 EUR měsíčně.

2. skupina – Belgie, Kypr, Německo, Španělsko, Řecko, Chorvatsko, Island, Lucembursko, Nizozemsko, Portugalsko, Slovinsko a Turecko. Zájemcům o studium v uvedených zemích spadajících do skupiny 2., je připsáno stipendium ve výši 400 EUR měsíčně.

3. skupina – Bulharsko, Estonsko, Litva, Lotyšsko, Maďarsko, Makedonie (FYROM³), Malta, Polsko, Rumunsko a Slovensko, s nárokem na 300 EUR měsíčně (<http://oldwww.upol.cz/struktura-up/rektorat/useky-prorektoru/usek-pro-zahranici/oddeleni-mezinarodnich-vztahu/erasmus/studium/informace-pro-zajemce/>).

Co se motivů ovlivňujících studentské mobility v rámci programu Erasmus+ týče, většinou se jedná o touhu zlepšit si jazykové dovednosti, osamostatnit se, anebo jak píše Lesjak, Juvan et al. (2015) studenti vyjíždějí za hranice hlavně kvůli důvodům, jež vedou k profesionálnímu či osobnostnímu růstu.

Motivačními faktory pro segment studentů jsou podle Holečka, Mariota a Střídý (2013) především touha poznat nová místa v zahraničí, jiné národy, kulturu, tradice a životní prostředí hostitelské země, získat pracovní a odborné zkušenosti, zlepšit si vzdělání, zdokonalit se v cizích jazycích, využít naskýtající se pracovní šance a také se pobavit a zrekreovat.

³ Former Yugoslav Republic of Macedonia (Bývalá Jugoslávská republika Makedonie)

2.3 Cestovní ruch

Při snaze vymezit tak složitý fenomén, kterým cestovní ruch rozhodně je, je možné na něj pohlížet a zkoumat jej z mnoha úhlů pohledu.

S tímto tvrzením souhlasí například Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011, 17), kteří uvádí, že:

Cestovní ruch bývá definován vícero způsoby, ale žádný z nich není zcela vyčerpávající. Autoři ve svých definicích zdůrazňují různé stránky tohoto složitého jevu, mnohdy v závislosti na tom, z hlediska které vědní disciplíny je cestovní ruch zkoumán a definován. Co možná nejpřesnější definice je důležitá proto, aby bylo možno cestovní ruch sledovat, vyhodnocovat, plánovat a řídit.

Cestovní ruch je jedním z nejrychleji rostoucích sektorů dnešní ekonomiky. Má obrovský vliv na zaměstnanost, tvorbu HDP, ale i na záchranu kulturních, historických a uměleckých památek. Zahrnuje aktivity osob, které cestují a pobývají v místech mimo jejich trvalé bydliště po dobu kratší než jeden rok. Všeobecné rysy cestovního ruchu jsou například: změna místa, dočasnost pobytu anebo nevýdělečná činnost v navštívené zemi (Schwartzhoffová, 2013).

Jak již bylo uvedeno výše, cestovní ruch je bezesporu rychle se rozvíjejícím, ale také poměrně komplikovaným jevem, jež s sebou nese jak klady, tak i zápory. S tím souhlasí například Pásková & Zelenka (2002, 6), kteří uvádí, že „Cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem. Cestovní ruch zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem. Cestovní ruch se uskutečňuje ve volném čase, ale ne celý volný čas je věnován cestovnímu ruchu“.

Cestovní ruch a jeho rozvoj je v posledních letech nejvíce ovlivněn mohutným rozvojem dopravy a informačních technologií. Turistické cíle se tak staly přístupnější, distribuční kanály se zkracují, nabídky cestovního ruchu jsou dostupnější, což vede ke změnám v chování zákazníků. Díky zlepšující se ekonomické situaci a rostoucímu fondu volného času, je možnost podílet se na cestovním ruchu dostupná prakticky všem vrstvám společnosti (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011).

Kašpar (2011) vidí cestovní ruch z vědeckého pohledu jako multidisciplinární obor, jehož problémy je nutné řešit ověřenými metodami odpovídajícími konkrétní oblasti zájmu, který sledují. Jde například o obory sociologie, psychologie, ekonomie nebo ekologie. Jednu oblast cestovního ruchu z hlediska vědeckého zkoumání

vidí Kašpar jako zanedbanou, ale rozhodující z hlediska jeho rozvoje. Jedná se o dopad cestovního ruchu na obyvatelstvo měst, obcí a území.

Jedná se tedy bez pochyby o fenomén, jež se dotýká mnoha disciplín a oblastí spojených s lidmi a vývojem společnosti.

S čímž do jisté míry sympatizují například Benckendorff et al. (2009), kteří uvádí, že je cestovní ruch často popisován jako současný společenský fenomén a jako takový vztah mezi cestovním ruchem a společností je komplexní a zprostředkovává mnoho proměnných.

S tvrzením, že je cestovní ruch fenoménem dnešní doby souhlasí také Kotíková (2013, 11), která uvádí, že se „Cestovní ruch stal globálním fenoménem dnešní doby. Týká se všech lidí – ať už vystupují v roli účastníků cestovního ruchu, či v roli místního obyvatelstva v střediscích cestovního ruchu nebo v roli zaměstnanců služeb v oblasti cestovního ruchu“.

2.3.1 Definice cestovního ruchu

Za mezinárodně uznávanou definici, jejímž cílem bylo sjednotit již existující definice v té době, se považuje definice stanovená UNWTO (United Nations World Tourism Organization - Světovou organizací cestovního ruchu Spojených národů; dříve WTO). Definována byla na mezinárodní konferenci, která se konala v Ottavě roku 1991. Cestovní ruch byl tedy popsán jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (UNWTO, 1991).

Tato definice byla následně UNWTO přeformulována a poté přijata jako oficiální ve znění, které udává, že cestovní ruch představuje „činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“ (Definice UNWTO in Malá encyklopedie cestovního ruchu, 1998, 14).

Hesková (2011, 7) definuje cestovní ruch jako „významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené“.

Podle Orišky (1996), můžeme cestovní ruch definovat jako formu uspokojování potřeb rekreace, kultury a léčení, která se realizuje zpravidla ve volném čase a mimo

místo trvalého bydliště. Člověk tedy nepocítuje potřebu cestovního ruchu jako takového, nýbrž pocítuje konkrétní potřeby, například potřebu poznávání, odpočinku, sportovního, či kulturního vyžití, které je možné uspokojit právě účastí na cestovním ruchu.

2.3.2 Motivace v CR (motivy k cestování)

Dříve než se budeme zabývat pojmem motivace vztaženému k cestovnímu ruchu, je nezbytné blíže popsat, co že to motivace a motivy vlastně jsou.

Podle Nolen-Hoeksema (2012) v knize Psychologie Atkinsonové a Hilgarda 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 a je většinou možné se rozhodnout, zda se těmito touhami nechat vést, nebo ne. Dokážeme se přinutit, abychom se vzdali předmětu své touhy, a dokážeme se i přinutit dělat něco, co bychom raději nedělali. 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.

Podobný názor má také Beck (2004), který definuje motivaci jako slovo, které se v podstatě týká pohybu a to z toho důvodu, protože je odvozeno od latinského slova *movere* – pohnout se. Motivace je tedy utvářena našimi koky (pohyby), činy a tím, co je determinuje. Tyto faktory mohou být vnitřní (hlad, žízeň nebo bolest) nebo vnější (potřeba mít chutné jídlo, přitažlivého člověka či ohrožení bezprostředním nebezpečím).

Jak uvádí Bedrnová a Nový (1994) v průběhu života na člověka působí různé podněty, některé odmítá, jiným věnuje pozornost a další z nich si ani neuvědomuje. Tyto podněty si nevybírání náhodně, ale v závislosti na svých cílech, přáních nebo na tělesném stavu a duševním rozpoložení. Lidé, kteří jsou dobře motivovaní, mají jasně definované cíle a projevují chování vedoucí k dosažení těchto cílů. Motivovanost závisí na úsilí člověka, jak chce daný úkol zvládnout. Ovlivněna je taky například morálním kodexem, právními normami a společenskými požadavky. Rovněž na ni mají vliv kritéria daná člověkem, především osobní cíle, životní zkušenosti a ostatní postoje člověka.

Co se motivů týče Nakonečný (2009) hovoří o tom, že motivy určují směr a intenzitu chování každé osobnosti. V užším slova smyslu představují motivy vědomé záměry či vědomé cíle jednání, v širším smyslu pak cíle chování vůbec, to znamená i nevědomé účely chování. Motivů lze třídit na;

- biogenní – fyziologické motivy (biologické potřeby organismu, jako je potřeba potravy, pohybu, odpočinku atd.),
- sociogenní – psychogenní motivy (potřeby každého člověka jako sociální bytosti, potřeba výkonu, opory, kompetence atd.).

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

Motivace v cestovním ruchu se mění, měnila a měnit bude na základě vývoje společnosti. Tak je tomu už od nepaměti. Rychlým diskurzem od dávné minulosti až po současnost můžeme nahlédnout na motivaci v cestování. V pravěku, byla hlavním motivem snaha přežít, tedy hlavně uspokojení biologických potřeb. Ve starověku byla hlavní motivací k cestování směna zboží, obchod a politickoekonomické motivy, ale také zábava, poznávání tradic a zvyků, dobývání území a lázeňství. Díky nárůstu cestování bylo možné budovat již tehdy potřebnou infrastrukturu. Ve středověku došlo k úpadku cestování, ale rozvoji poutnictví. To se však změnilo později s rozvojem mořeplavby a objevitelských cest. S příchodem novověku, v rozmezí 14. a 17. století se staly velmi populární takzvané cesty na zkušenou, jejichž hlavním motivem bylo získání zkušeností a vzdělání v zahraničí. Období osvícenství se stalo přelomovým, kdy se lidé na popud známých osobností pomalu začali navracet k přírodě a ta se tak stala hlavním motivem cestování tehdejší doby. Významný vliv na motivy cestování měla také průmyslová revoluce, která spolu s dalšími událostmi v 19. století vytvořila milník v oblasti cestování. Jednalo se o přechod od cestování k cestovnímu ruchu. Na konci 19. století se do dějin cestovního ruchu zapsal Tomas Cook, který jako první založil cestovní kancelář a jako první organizoval skupinové cesty, později označované jako hromadné poznávací zájezdy. Právě tyto zájezdy však vedly k rozvoji tzv. masového cestovního ruchu, v jehož duchu se neslo, až na jisté politické a ekonomicky nestabilní etapy celé 20. století. Svě místo však měl i individuální cestovní ruch, jehož motivem bylo dobrodružství.

Současné století je ve znamení rozvoje vědy a techniky, které využíváme jako nástroj pro přesnější a rychlejší způsob uspokojování potřeb, tedy i pro potřeby cestovního ruchu (Vystoupil & Šauer, 2006).

Motivační faktory v cestovním ruchu jsou podle Hornerové a Schwarbrookeho (2003) faktory, které vedou lidi k potřebě rekreace, dovolené nebo k potřebě různých aktivit provozovaných ve volném čase. Tyto motivační faktory můžeme rozdělit na následující řadu kategorií;

- fyzické (relaxace, klima, zdraví, sportovní aktivity, sex);
- emocionální (nostalgie, estetika, milostný vztah, únik, fantazie);
- kulturní (gastronomie, prohlídky památek, poznávání historie);
- postavení (exkluzivita, módnost);
- osobní (návštěva přátel a příbuzných);
- osobní rozvoj (učení cizím jazykům, nebo získávání jiných nových znalostí).

Ve studii Youth Travel Matters (UNWTO, 2008), která byla vytvořena za účelem získat přesnější obraz o motivech, požadavcích a chování cestovatelů, se jako nejčastější motivy cestování objevují následující motivy: poznávat jiné kultury, prohloubit si znalosti, získat nové zkušenosti, seznámit se a komunikovat s místními lidmi, psychický či fyzický odpočinek a relaxace, naučit se víc o sobě samém, vyhnout se shonu a ruchu, užít si zábavu s přáteli, být v klidném prostředí, sport a pohybové aktivity, návštěva přátel a rodiny, seznámit se s dalšími cestovateli a pomáhat lidem.

Motivace návštěvy destinací je úzce propojena s potřebami a liší se také podle pohlaví, věku, národnosti a dalších faktorů. Motivace potřeby služeb se odvíjejí od hierarchie potřeb, kterou vypracoval přední psycholog Maslow. Vztaženo k cestovnímu ruchu, můžeme do fyziologických potřeb řadit stravovací služby, potřeby bezpečnosti naplňuje ubytování a pojištění, společenské kontakty jsou uspokojovány prostřednictvím dalších účastníků cestovního ruchu, nebo místními obyvateli, potřeby uznání souvisí s "cestovatelskou prestiží", potřeby seberealizace uspokojují zejména služby v oblasti programové (Kotíková, Schwartzhoffová, 2014).

2.3.3 Účastník v cestovním ruchu

Jak je uvedeno v jednom ze zásadních dokumentů v oblasti cestovního ruchu, kterým je Globální etický kodex cestovního ruchu, jež byl přijat v roce 1999 UNWTO a stanovil cestovní ruch jako jeden z faktorů udržitelného rozvoje, patří mezi základní zásady tohoto kodexu mimo jiné také vymezení pojmu účastník v cestovním ruchu, který popisuje účastníka cestovního ruchu jako uživatele kulturního dědictví lidstva, který zároveň přispívá k jeho posílení (Houška, 2014).

Zelenka a Pásková (2012) rozlišují mezi pojmy návštěvník a účastník cestovního ruchu. Návštěvníka definují jako jakoukoliv osobu, která cestuje do jiného místa, než je místo jejího běžného pobytu na dobu nepřevyšující 12 po sobě jdoucích měsíců, přičemž účel návštěvy je jiný než výkon činnosti odměňované z navštíveného místa. Účastníka cestovního ruchu definují jako každou osobu, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu, přičemž motivací pro cestu není výdělečná činnost v tomto místě, a účastní se tedy některého druhu nebo formy cestovního ruchu.

Stejně tak i Boorstin (1987) rozlišuje pojem cestovatel a turista. Podle Boorstina byli cestovatelé aktivní, ale postupem času se z nich stali pasivní turisté.

2.3.4 Cestování mladých

Demeter a Bratucu (2014) uvádí, že po druhé světové válce vznikaly tendence předcházet dalším světovým válkám prostřednictvím poznání jiných kultur. Tím se mezi mladými lidmi stalo velmi oblíbené jet do zahraničí, a rozšířit tak své obzory, získat vědomosti o jiných kulturách a učit se cizím jazykům. Nejprve byl tento druh cestování součástí tradičního cestovního konceptu, ale s odstupem času začala oblíbenost cestování mezi mladými lidmi rapidně narůstat. Youth tourism, jak je mládežnický turismus, či cestování mladých označován v angličtině, je považován za jeden z nejrychleji rostoucích sektorů globálního cestovního ruchu. Je možné setkat se i s názory, zda se na něj dá stále pohlížet jako na malý segment cestovního ruchu, nebo jestli už narostl do takového objemu, že by pro něj měly být vytvořeny samostatné strategie, a to nejen z marketingového hlediska. Podstatným důvodem proč je nutné na youth tourism pohlížet jako na samostatný segment, je výrazná odlišnost profilu mladého cestovatele od klasického turisty.

Cestování mladých tedy řadíme do tzv. mládežnického cestovního ruchu. Tento koncept je definován jako všechny aktivity cestovního ruchu, které jsou uskutečňovány mladými lidmi, kteří jsou ve věkové kategorii mezi 15 a 29 lety (Horak & Weber, 2000).

S tímto věkovým vymezením souhlasí například organizace WYSETC (World Youth Student & Educational Travel Confederation) a cestování mladých definuje jako formu cestovního ruchu, který zahrnuje nezávislé cestovatele, (mladé lidi, kteří nejsou v doprovodu rodičů) na cestách nepřesahujících délku jednoho roku, realizované lidmi ve věku od 15 do 29 let, kteří jsou částečně nebo zcela motivovaní touhou poznat novou kulturu, získat zkušenosti, nebo mají určitý prospěch z možnosti něco se naučit v místě mimo jejich obvyklé prostředí (Ghețe, 2015).

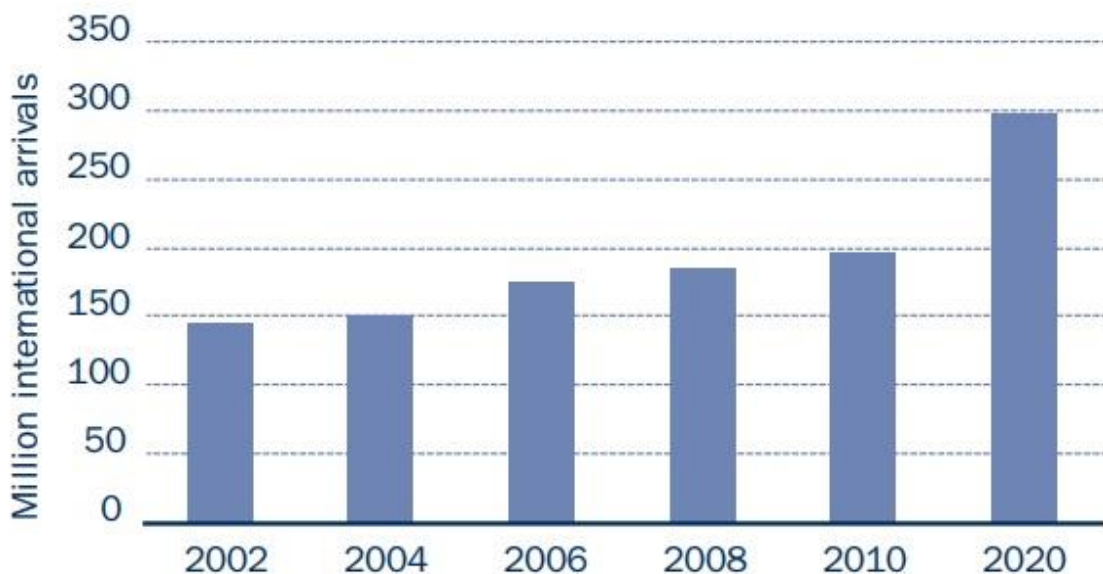
Jak uvádí například Richards & Wilson (2007) mladí lidé představují zhruba 30 % celosvětové populace a díky většímu fondu volného času, touze po poznání, dobrodružství a zábavě se účastníky cestovního ruchu stávají stále častěji.

Mezi více než bilionem lidí, kteří překračují státní hranice zemí po celém světě, se řadí neustále narůstající počet mladých lidí. Mládežnický cestovní ruch se stal jedním z nejrychleji a nejdynamičtěji se rozvíjejícím segmentem v cestovním ruchu. Mladí cestovatelé těží především z nově získaných zkušeností, které nabyli právě díky cestování, díky němuž mohou lépe poznat sami sebe. Dalšími benefity jsou například možnost zdokonalení se v cizí řeči, poznání jiné kultury, možnost si na vlastní kůži vyzkoušet jaké to je být obklopen lidmi, kteří mají naprosto odlišný způsob myšlení, ale i zkouška fungování a bytí mimo zónu komfortu (WYSE Travel Confederation, 2013).

Podle UNWTO (2016) tkví jedinečnost mladých cestovatelů také v tom, že jsou velmi dobrodružní, často vyhledávají sociální kontakt s ostatními mladými lidmi a mají velkou touhu poznávat nové kultury, a tak rozvíjet své znalosti a rozhled. Mladí cestovatelé tíhnou k cestování tak častému, jak je to jen možné a zároveň vyhledávají také cesty na delší období. Tyto aspekty segmentu cestovního ruchu mají významný vliv na jeho ekonomickou hodnotu. Výdaje mladých cestovatelů totiž rok od roku rostou. V roce 2014 byly výdaje segmentu mladých cestovatelů vyčísleny na 286 miliard amerických dolarů. Podle prognózy UNWTO se očekává, že v roce 2020 budou výdaje v cestovním ruchu mladých cestovatelů dosahovat více než 400 miliard amerických dolarů. Trh mladých cestovatelů je také poměrně odolný. To znamená, že mladé cestovatele od cestování

neodradí strach z terorismu, epidemických chorob, či politické nebo ekonomické krize. Díky tomu v tomto segmentu nevznikají výrazné výkyvy v objemu cest. Je tomu spíše naopak, čili pokud se domácí ekonomika nachází v recesi a na trhu práce je zaznamenána vyšší nezaměstnanost, mladí cestovatelé inklinují k roku volna, který stráví cestováním nebo prací v zahraničí. Tito cestovatelé utrácejí peníze přímo v lokálních podnicích destinace. Tento fakt vyplývá z toho, že mladí lidé cestují na delší dobu, a tak je větší část jejich rozpočtu utracena až přímo v destinaci, ve které svůj pobyt tráví. Tyto spotřební návyky plynou z toho, že mladí cestovatelé vyhledávají lokální dodavatele a nakupují služby u místních podnikatelů, aby co nejlépe poznali kulturu daného místa. Zároveň je toto tvrzení v souladu s tím, že mladí cestovatelé si často ve své domovské zemi opatří pouze letenku do zahraničí a ostatní služby nakupují až přímo v cílové destinaci. Mladí cestovatelé také významně přispívají i jiným průmyslům a to díky tomu, že cestují za studiem či prací a to z nich dělá významnou hnací sílu ekonomiky. Díky své flexibilitě a schopnosti rychlého rozhodování se v mnohých zemích stávají nezastupitelnou pracovní silou. Mladí lidé dodávají destinacím atmosféru, která láká další lidi k návštěvě.

Mladí lidé jsou budoucností cestování a jejich rozvíjející se cestovatelská vášeň je toho důkazem. Neustále narůstající popularitu a rozvoj youth turismu potvrzuje i následující obrázek č. 6, který znázorňuje každoroční růst počtu mladých cestovatelů. V roce 2010 se v segmentu mladých cestovatelů uskutečnilo téměř 190 milionů cest na mezinárodní úrovni, přičemž do roku 2020 UNWTO předpokládá, navýšení cest mladých až na 300 milionů (UNWTO, 2011).



Obrázek č. 6: Očekávaný nárůst cest v oblasti mládežnického cestovního ruchu (UNWTO, 2011).

2.3.5 Vzdělávací cestovní ruch

Začátky vzdělávacího cestovního ruchu se datují již k 17. století, kdy mladí angličtí aristokraté vyjížděli do zahraničí (nejčastěji do Evropských destinací – Francie, Švýcarsko a Německo) právě s motivem získat vzdělání a nové zkušenosti. Vědomosti a dovednosti si nerozšiřovali pouze ve studiu cizích jazyků, ale i v oblasti jízdy na koni, šermu, tanci, či mezinárodních vztahů (Ritchie, 2003).

Vzdělávací cestovní ruch (angl. Educational Tourism), či cestování za účelem studia a vzdělávání v dnešní době zahrnuje jakékoli studijní programy uskutečňované v zahraničí.

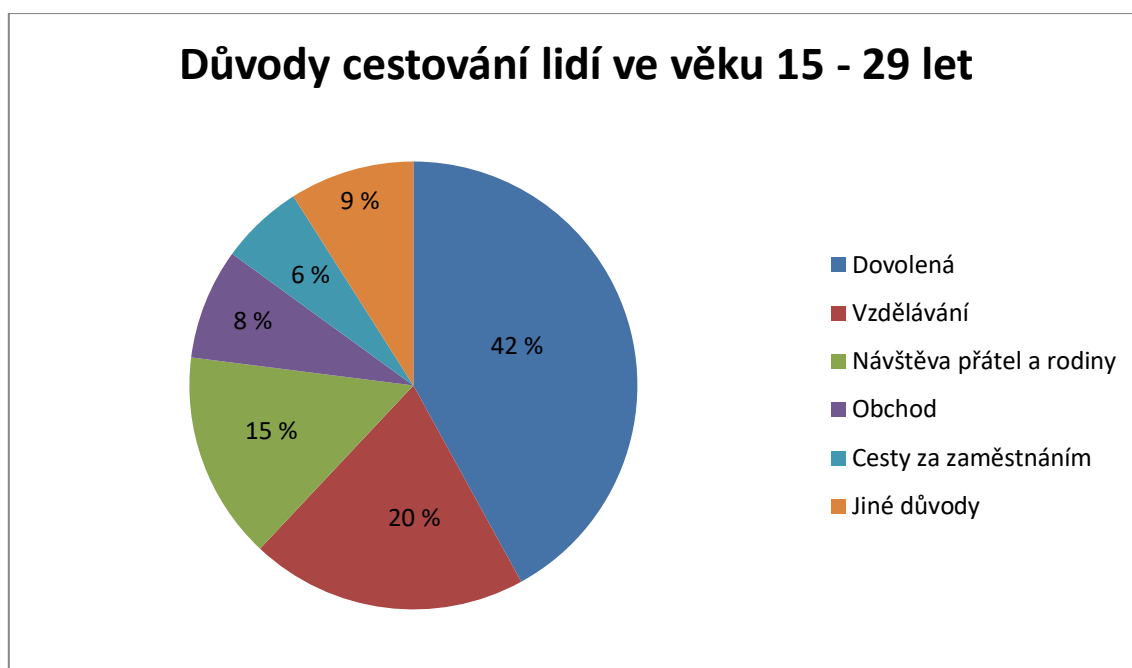
Tento druh cestovního ruchu je definovaný jako program, ve kterém jeho účastníci cestují do dané destinace jako skupina, jejímž primárním záměrem je získání studijních zkušeností, které jsou většinou vázány k dané destinaci (Bodger, 1998).

Podle Zelenky a Páskové (2012) je pro tuto specifickou formu cestovního ruchu charakteristické, že jsou její účastníci motivováni získáváním znalostí a dovedností v navštívené destinaci. Patří sem vzdělávací jazykové kurzy, specificky zaměřené kurzy (sport, umění, vaření, apod.) a poznávání místních kultur a zvyků.

Educational tourism je možné definovat pomocí tří klíčových rysů:

- Cesta je záměrně soustředěná na vzdělávání, rozšíření horizontů a vědomostí.
- Jedná se o zkušenostní učení.
- Pobyť je strukturovaný – jedná se o kombinaci cestování se strukturovaným studijním programem (Pitman et al. 2010).

To, že je vzdělávací cestovní ruch velmi důležitou součástí segmentu mládežnického cestovního ruchu ukazuje námi zpracovaný graf na obrázku č. 7, který vychází z informací uvedených v článku *The importance of youth tourism*, který v roce 2015 publikoval Ghețe.



Obrázek č. 7: Důvod návštěvy zahraniční destinace (vlastní zpracování podle Ghețe, 2015).

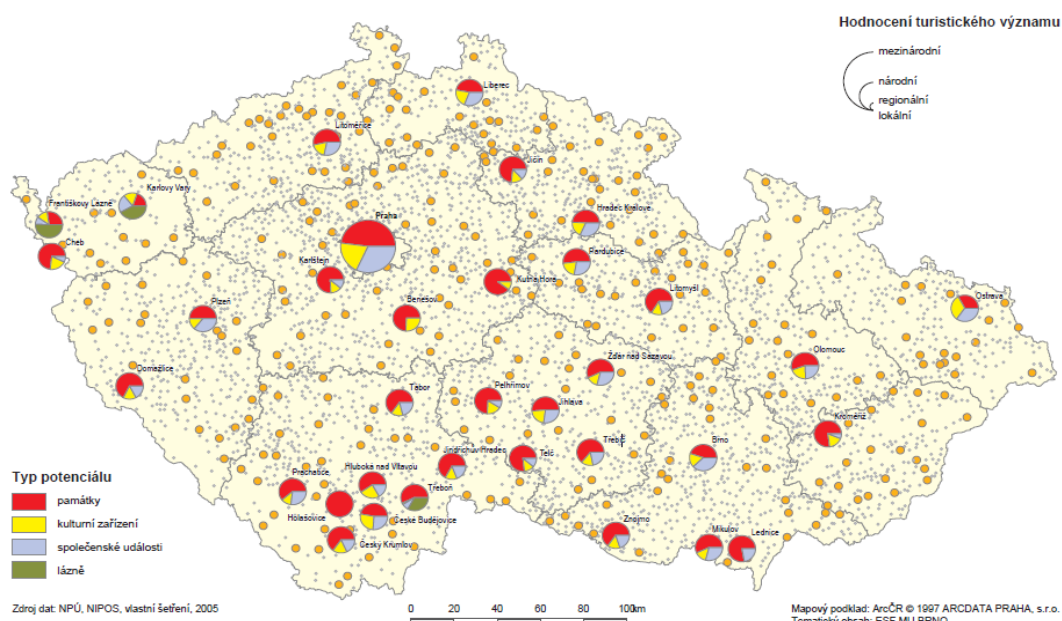
2.4 Charakteristika prostředí České republiky

Česká republika se díky své poloze, snadné dostupnosti, potenciálem pro využití cestovního ruchu a relativní bezpečnosti řadí k důležitým centrům cestovního ruchu ve střední Evropě. Patří do subregionu Střední a Východní Evropy. Tento subregion zaznamenal v posledních letech zajímavý vývoj v počtu příjezdů zahraničních návštěvníků (Beránek, 2013).

Podle UNWTO (2016) došlo v roce 2013, v rámci výše zmíněného subregionu, k nárůstu příjíždějících zahraničních turistů oproti předešlému roku o 7,2 %. Naopak v roce 2014 došlo k výraznému propadu ve srovnání s rokem 2013 a to o 6,2 %. Situace se však změnila s rokem 2015, kdy došlo k nárůstu vzhledem k roku předešlému o 5,3 %. Co se pouze České republiky týče, došlo v letech 2012 – 2015 každoročně k nárůstu mezinárodních příjezdů. Největšímu dosavadnímu rozdílu došlo v letech 2014/2015, kdy se zaznamenaný rozdíl vyšplhal až na 5 %.

Česká republika je bezpochyby zemí, ve které hraje cestovní ruch poměrně důležitou roli, kterou naši zemi pomáhá sehrát například příznivé klima. Jak je však znázorněno na níže uvedeném obrázku č. 7, jež byl zveřejněn v publikaci s názvem Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR, má Česká republika také značně atraktivní kulturně-historický potenciál. Tento pojem zahrnuje kulturně-historické památky, jako jsou hrady, zámky, chrámy či historická jádra měst. Dále také kulturní zařízení, do kterých řadíme například skanzeny, muzea, galerie, divadla, hvězdárny a další. Kulturně-historickým potenciálem jsou také míněny společenské akce, jako jsou výstavy, kongresy, či sportovní události. V neposlední řadě sem také řadíme lázeňství, které se primárně váže na přírodní, ale také antropogenní předpoklady (Vystoupil, 2007).

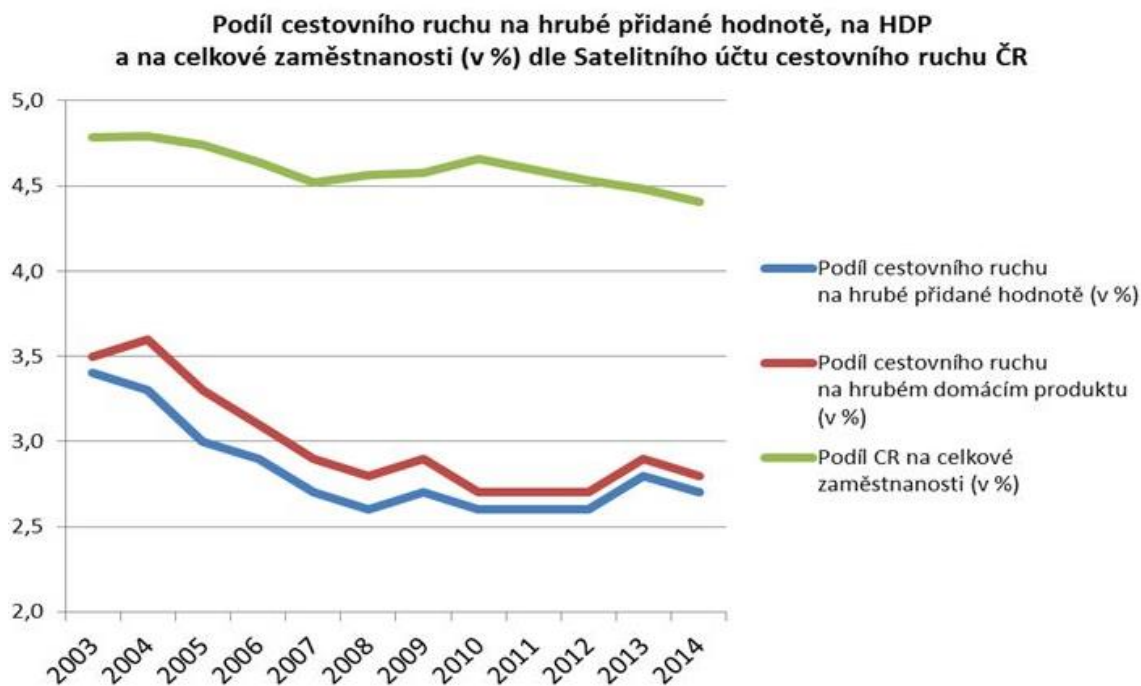
KULTURNĚ - HISTORICKÝ POTENCIÁL ČESKÉ REPUBLIKY



Obrázek č. 8: Kulturně-historický potenciál České republiky (Vystoupil, 2007).

2.4.1 Postavení cestovního ruchu v národním hospodářství

Cestovní ruch je na národní i regionální úrovni velmi významnou ekonomickou činností. Všechny dále uvedené informace jsou uvedeny podle posledního zveřejněného šetření dle údajů ČSÚ z 1. března 2014. Cestovní ruch v tomto roce tvořil necelá 3 % HDP a jeho podíl na celkové zaměstnanosti byl 4,4 %. Zaměstnáno v něm bylo 225 tisíc osob. Všichni návštěvníci, kteří trávili svou dovolenou v České republice, vyprodukovali celkové výdaje cestovního ruchu v hodnotě 238 miliard Kč. Tyto výdaje jsou vyjádřeny ukazatelem celkové spotřeby vnitřního cestovního ruchu v národním hospodářství. Z nichž tvořil necelých 61 % příjezdový cestovní ruch, což bylo vyčísleno na 144 mld. Kč. Zbývající dvě pětiny vyprodukovali tuzemští návštěvníci prostřednictvím domácího cestovního ruchu, což bylo vyčísleno na 94 mld. Kč. V roce 2014 bylo v odvětví cestovního ruchu zaměstnáno 225,3 tisíce osob, což bylo meziročně zhruba stejně jako v roce 2013. Zaměstnanci tvořili 81 % a sebezaměstnané osoby podnikající v oboru 19 %. Z celkového počtu zaměstnanců pracovalo přes 90 % na dobu neurčitou. Ženy s 53 % mírně převyšovaly muže. Z pohledu vzdělání byli nejsilnější skupinou středoškolsky vzdělané osoby, které tvořily 83 % zaměstnanců v cestovním ruchu, vysokoškolsky vzdělaní pak 10 %. Z národnostního pohledu pracovalo v tomto odvětví 4,5 % nerezidentů. 72 % zaměstnanců pracovalo v oborech charakteristických pro cestovní ruch, jednalo se především o odvětví pohostinství (téměř 50 tisíc osob), dále služby ubytovacích zařízení (34,6 tisíc osob), osobní dopravy (26 tisíc osob) a cestovních kanceláří a agentur. Své služby turistům poskytovalo také téměř 60 tisíc osob v odvětvích souvisejících s cestovním ruchem, kam patří například výroba map, suvenýrů nebo upomínkových předmětů, obchodní činnosti, spoje a telekomunikace nebo činnosti v oblasti nemovitostí (<http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Informace-Udalosti/Celkove-vydaje-cestovniho-ruchu-v-narodnim-hospodarstvi-vzrostly-mezir>).



Obrázek č. 9: Podíl cestovního ruchu na HDP

(<http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Informace-Udalosti/Celkove-vydaje-cestovniho-ruchu-v-narodnim-hospodarstvi-vzrostly-mezir>).

2.4.2 Cestovní ruch v Olomouci

Statutární město Olomouc je z historického hlediska nejvýznamnější moravské město. Nachází se v Hornomoravském úvalu, kde se stékají řeky Morava a Bystřice. Ve středověku byla hlavním městem Moravy, ale toto postavení na sebe během 14. století strhlo Brno. Olomouc však vždy náležela k důležitým královským městům české země. Je to mocná metropole úrodné Hané a 6. největší město v České republice. Olomouc má necelých 100 tisíc obyvatel a zaujímá plochu přes 10 tisíc ha. V roce 1987 bylo centrum města prohlášeno za městskou památkovou rezervaci (Blažková, 2002).

Město Olomouc je podle Lonely Planet jednou z nejvíce podceňovaných destinací České republiky. Město žije poměrně vibrantním nočním životem, může se pyšnit jedním z největších republikových pivních festivalů a celkově na návštěvníka působí dojmem „malé Prahy“ (<https://www.lonelyplanet.com/europe/travel-tips-and-articles/top-10-european-travel-destinations-for-2013/40625c8c-8a11-5710-a052-1479d277ba3e>).

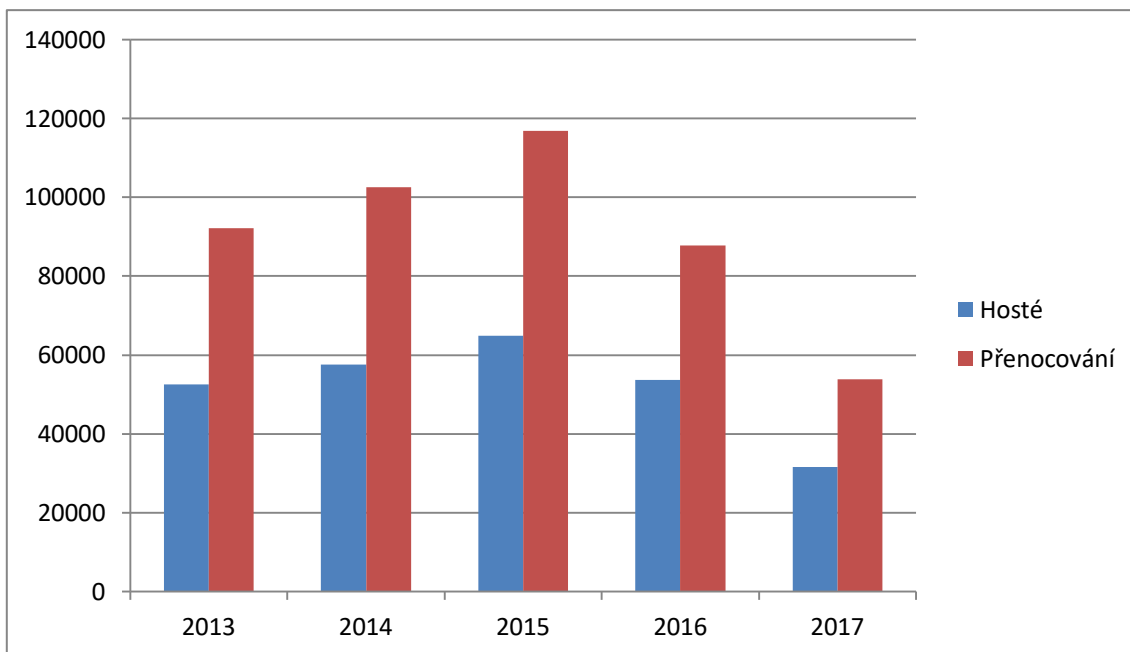
Destinace Olomouc je v posledních letech přezdívána jako skrytá perla České republiky. Její rozvíjející se infrastruktura i suprastruktura hraje zásadní roli v rozvoji cestovního ruchu.

Jak uvádí Schwartzhoffová (2013) je rozvoj cestovního ruchu spjatý s rozvojem ubytovacích a stravovacích zařízení. Poskytování kvalitních služeb je klíčovým faktorem v rámci infrastruktury každé destinace.

Primárním turistickým potenciálem Olomouce jsou přírodní, kulturně-historické a sportovně-rekreační atraktivity. Je-li řeč o přírodních atraktivitách, za zmínku zajisté stojí rozsáhlé olomoucké parky (Smetanovy sady, Bezručovy sady a Čechovy sady), jež návštěvníkům města mohou nabídnout možnost aktivního i pasivního odpočinku a to díky síti cyklo – inline stezek, či venkovních posiloven. K populárním kulturně-historickým místům patří poutní místo Svatý Kopeček, vzdálený 11 km od Olomouce. Tohle poutní místo je známé především tamní zoologickou zahradou a bazilikou Navštívení Panny Marie. K dalším turistickým cílům patří chráněná krajinná oblast Litovelské Pomoraví, která vede lužními lesy a loukami okolo řeky Moravy mezi Olomoucí a Mohelnicí. Pro cyklisty nabízí Pomoraví širokou síť cyklostezek. Celoroční relaxaci u vody nabízí jezero Poděbrady, vzdálené 4 km od Olomouce, s možností koupání a rybolovu (Pařík, 2015).

V Olomouckém kraji vznikly nejrůznější projekty na podporu cestovního ruchu, které nabízejí nejrůznější výhody a slevy turistům. Památek v Olomouci je opravdu celá řada a tvoří tak i špičku v navštívených turistických cílech města. V historickém centru města lze na každém kroku obdivovat pozůstatky z dob minulých, ale i nové přírůstky v podobě kašen, či pítek. Mezi nejnavštěvovanější místa patří Dóm sv. Václava, Radnice s orlojem nebo sloup Nejsvětější trojice, který byl v roce 2000 zapsán do dědictví UNESCO (Marek et al., 2014).

Na následujícím obrázku (obrázek č. 10) jsou znázorněné počty zahraničních turistů a jejich přenocování v Olomouci za posledních 5 let včetně roku 2017. Data z letošního roku jsou sesbírána za první pololetí, tedy do června 2017. Ze statistik dále vyplývá, že mezi národy, které Olomouc nejčastěji navštěvují, patří Němci, Poláci, Slováci a Rusové. Majoritní podíl na turismu v Olomouci mají stále rezidenti ČR, kteří v tomto grafickém zpracování statistik nebyli zohledněni. Dále je nutné podotknout, že v těchto statistikách nejsou zahrnutí právě zahraniční studenti, kteří na UP studují v rámci různých mobilit, tudíž ani studenti programu Erasmus+ jimiž se tato práce zabývá.



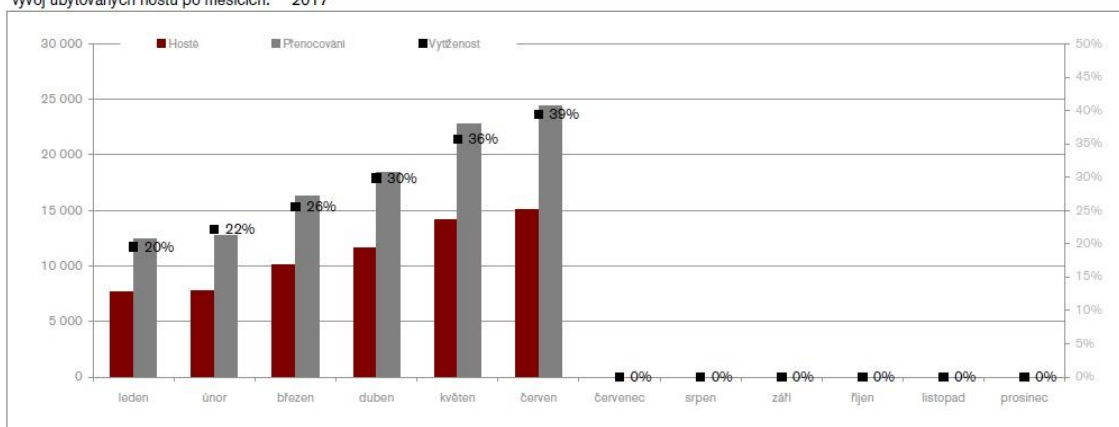
Obrázek č. 10: Statistika příjezdů a přenocování zahraničních turistů

(vlastní zpracování podle statistik Statutárního města Olomouce).

Na následujícím obrázku, který jsme také převzali z webových stránek statutárního města Olomouce, můžeme mimo jiné vidět počty hostů, přenocování, průměrnou délku pobytu a samotný vývoj ubytovaných hostů po kalendářních měsících za první pololetí roku 2017.

	Hosté	Přenocování	délka pobytu	%
ČESKÁ REPUBLIKA	34 804	53 349	1,53	52%
CIZINCI	31 535	53 875	1,71	48%
EVROPA	61 337	97 814	1,59	92%
AMERIKA	1 033	3 201	3,10	2%
ASIE	3 710	5 518	1,49	6%
AFRIKA	94	373	3,97	0%
AUSTRÁLIE	126	222	1,76	0%
NOVÝ ZÉLAND	29	44	1,52	0%
OCEÁNIE	10	52	5,20	0%

vývoj ubytovaných hostů po měsících: 2017



Obrázek č. 11: Statistika ubytování 1. polovina 2017

(https://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/13_/13377/statistika-ubytovani-1-pol-2017.cs.pdf).

3 CÍLE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY

Hlavní cíl práce

Cílem diplomové práce je zjistit, jaký vliv mají studenti, kteří přijíždějí na Univerzitu Palackého v rámci programu Erasmus+, na cestovní ruch v Olomouci.

Výzkumné otázky

1. Hlavní výzkumná otázka:

Jak přispívají účastníci programu Erasmus+ na UP k rozvoji cestovního ruchu v Olomouci?

2. Další výzkumné otázky:

Jaký je vliv účastníků programu Erasmus+ na UP na cestovní ruch v Olomouci? (vyjádřeno hlavními ukazateli cestovního ruchu „počet účastníků“ a „počet přenocování“)

Jaké služby cestovního ruchu využívají účastníci programu Erasmus+ na UP v Olomouci?

Jaký je multiplikační dopad programu Erasmus+ na UP na cestovní ruch v Olomouci?

Mají účastníci programu Erasmus+ na UP vliv na cestovní ruch v jiných místech České republiky nebo v zahraničí?

Dílčí úkoly

- Zpracovat přehled poznatků z odborné literatury a zdrojů zaměřených na cestovní ruch, cestování mladých a program Erasmus+.

- Sestavit dotazník.

- Ověřit srozumitelnost dotazníků u pilotního vzorku respondentů.

- Uskutečnit dotazníkové šetření.

- Zpracovat výsledky dotazníkového šetření do grafické podoby.

- Vyhodnotit a interpretovat výsledky dotazníkového šetření.

- Na základě výsledků dotazníkového šetření zjistit odpověď na hlavní i další výzkumné otázky.

4 METODIKA

4.1 Metodika sběru dat

Každé výzkumné šetření je závislé na výběru přístupu. Ve výzkumu tedy rozlišujeme dvě základní strategie, a sice přístup kvalitativní nebo kvantitativní.

Tyto dva odlišné přístupy označuje Reichel (2009) jako naprosto odlišné strategie, či designy. Přičemž aplikace každého z nich představuje určité výhody i nevýhody, má jisté přednosti i úskalí a přináší informace specifické povahy, jež jsou vzájemně nezastupitelné.

S tímto tvrzením souhlasí například Hendl (2016), který uvádí, že jsou tyto přístupy tak rozdílné, že je lze označovat za paradigmaty. Dále také uvádí, že se v současné době začíná objevovat fenomén v podobě tzv. smíšených postupů. V podstatě se, jak již název napovídá, jedná o kombinaci metod kvalitativního a kvantitativního výzkumu, ve snaze využít výhody obou přístupů při řešení výzkumného problému.

O možné kombinaci obou přístupů se zmiňuje již Punch (2008), který uvedl, že výzkum vnímá jako organizovaný, systematický a logický proces zkoumání, jež používá empirické informace k zodpovězení otázek nebo testování hypotéz. Přičemž někdy mohou být informace kvantitativní, jindy kvalitativní a někdy může jít o směs obou. Ve všech těchto případech se však přístupy podobají jak procesem, logikou zkoumání i způsoby, jak se využívá evidence k zodpovězení výzkumných otázek a dosažení závěrů.

Kvantitativní výzkum využívá ke sběru dat testy, dotazníky nebo pozorování (Hendl, 2016).

K získání potřebných dat pro tuto práci jsme zvolili dotazníkové šetření a tudíž i kvantitativní design našeho výzkumu.

Dotazníkové šetření probíhalo v říjnu a listopadu 2017. Šetření bylo prováděno elektronickým dotazováním. Tuto formu jsme zvolili z důvodu, že se cílová skupina skládala pouze z mladých lidí. Nejpochopitelnějším důvodem byl však fakt, že všichni dotazovaní respondenti byli v době sběru dat již zpět v zemích svého trvalého pobytu a nebylo tak možné je kontaktovat jinou formou než elektronicky. 304 studentů, kteří v akademickém roce 2016/2017 v rámci programu Erasmus+ studovali na UP v Olomouci byli osloveni prostřednictvím dvou informačních kanálů. Za prvé prostřednictvím emailu, kdy byli, díky koordinátorce programu Erasmus+ na FTK

Zuzaně Hanelové, osloveni Zuzanou Hamdanieh – koordinátorkou incomingových studentů UP. Email obsahoval odkaz na dotazník, který byl umístěn na serveru Survio.com a průvodní slovo autorky i koordinátorky Zuzany Hamdanieh. Tímto průvodním slovem byli respondenti informováni o účelu tohoto dotazování a to jak autorkou, tak i univerzitní koordinátorkou. Druhým způsobem, pro oslovení cílové skupiny tohoto výzkumu bylo sdílení odkazu na dotazník prostřednictvím Facebookové skupiny, která byla vytvořena organizací ESN v Olomouci právě pro studenty programu Erasmus+ tohoto akademického roku. Nevýhodou tohoto typu dotazování je neosobní forma dotazování a poměrně malá návratnost dotazníků. Výhodou však zůstávají nulové náklady a objektivnost respondentů (jen těžko dojde k ovlivňování odpovědí).

4.2 Dotazník

Dotazník v anglickém jazyce byl umístěn na již výše avizovaný server Survio.com. Jelikož zatím neexistuje dotazník, který by se dal pro tuto práci použít, byly otázky sestaveny ad hoc pro potřeby této práce. Formulovány byly v kontextu získání odpovědi týkající se informací o čerpání základních služeb cestovního ruchu (stravování, doprava, ubytování...) a dalších multiplikačních efektů (návštěvy, které studenti přijali, postoj k Olomouci apod.). Dotazník obsahoval 24 otázek, které byly většinou uzavřené (respondent mohl vybrat z jedné, v některých případech jedné až tří předdefinovaných odpovědí). V dotazníku se však vyskytovaly také otázky polouzavřené, v tom případě měli respondenti možnost zvolit odpověď „jiné, uveďte jaké“ a rozvést tak svou vlastní odpověď, ale i otázky otevřené. Ještě než byl dotazník rozeslán potenciálním respondentům, provedli jsme tzv. pilotáž, kdy byl dotazník poslán třem studentům, kteří se zúčastnili programu Erasmus+ na UP v Olomouci v předešlých letech. Tento postup jsme zvolili pro kontrolu srozumitelnosti dotazníku.

4.3 Výzkumný soubor

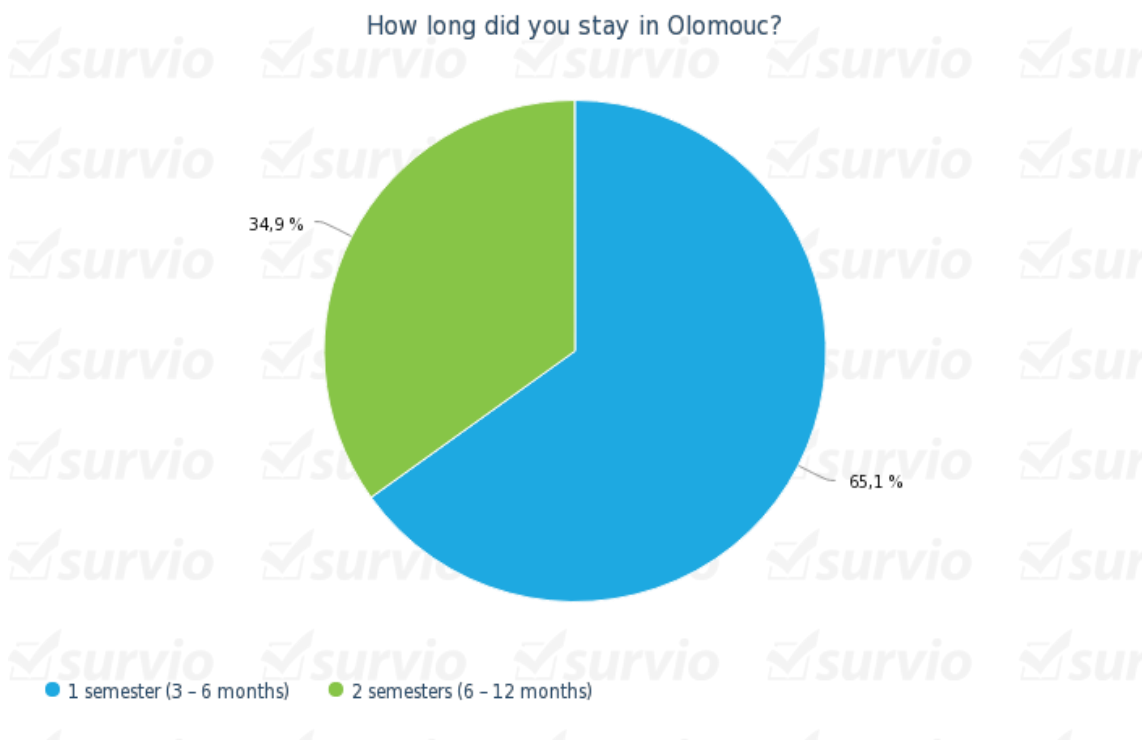
Vzorek respondentů pro náš výzkum tvořilo 304 (222 v zimním a 84 v letním semestru) studentů zahraničních univerzit, kteří se na základě bilaterální smlouvy zúčastnili v akademickém roce 2016/2017 programu Erasmus+ na Univerzitě Palackého v Olomouci. Celkově se do výzkumu zapojilo 106 respondentů (69 žen a 37 mužů) z 28 zemí světa ve věkovém rozmezí 19 – 31 let.

5 VÝSLEDKY

V této kapitole se budeme věnovat interpretaci výsledků z dotazníkového šetření. Pro přehlednost a názornost bylo využito především obrázků s grafickým znázorněním, které byly buď přeneseny přímo ze serveru Survio.com nebo byly na základě dat sesbíraných na výše jmenovaném serveru, vytvořeny autorkou.

Délka pobytu v Olomouci

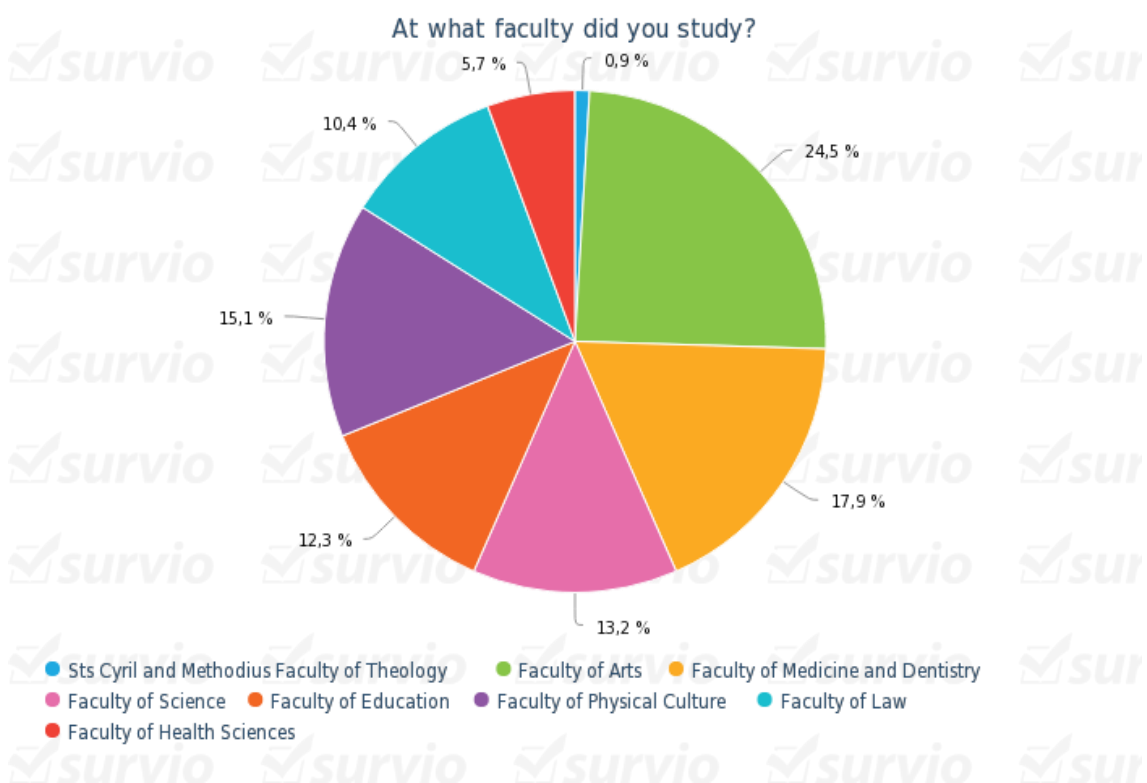
Prostřednictvím první otázky, která byla uzavřená, jsme se snažili zjistit, jak dlouho respondenti v Olomouci pobývali. Otázka byla zařazena zejména proto, abychom zjistili rozsah časového fondu, kterým respondenti disponovali a to zejména z toho důvodu, že je pravděpodobnější, za delší časový interval navštívit více míst, přijmout více návštěv, či využít více služeb cestovního ruchu apod. Jak je z níže uvedeného grafu na obrázku č. 12. patrné, 65,1 % respondentů v Olomouci studovalo jeden semestr a 34,9 % semestry dva.



Obrázek č. 12: Délka pobytu v Olomouci.

Fakulta

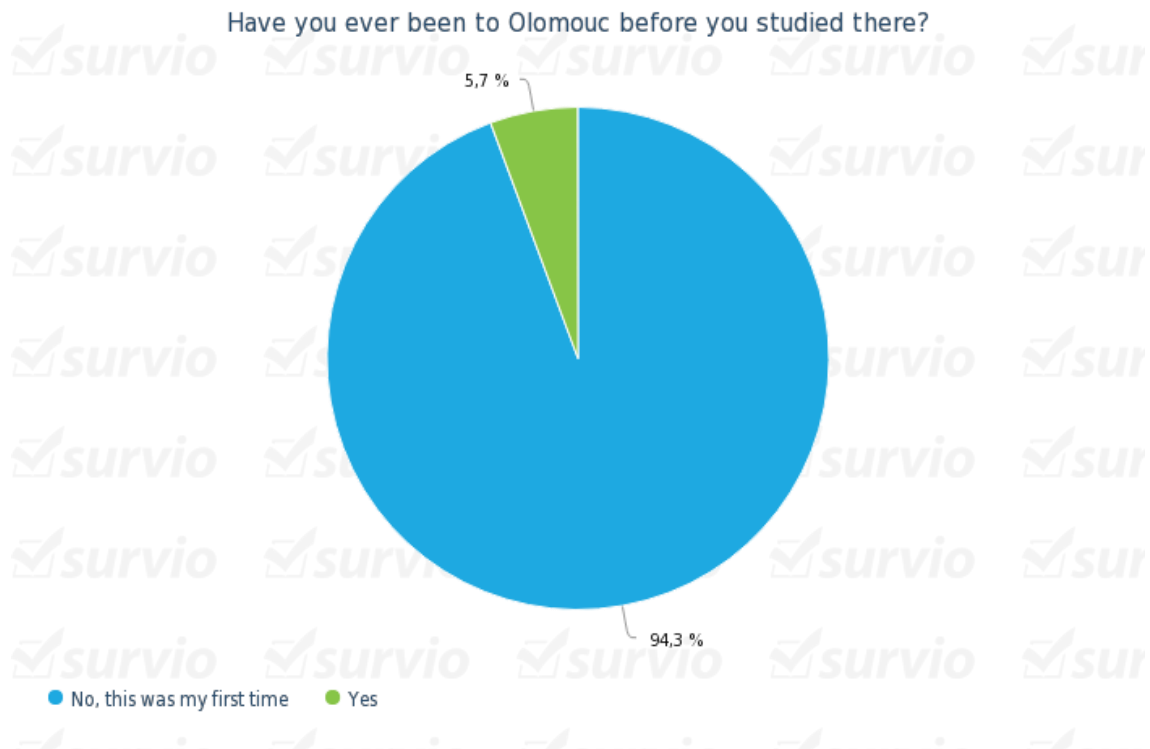
Z průzkumu vyplynulo, že 24,5 % z našich respondentů tvořili studenti Filosofické fakulty. 17,9 % dotázaných navštěvovalo po dobu svého studijního pobytu v Olomouci Lékařskou fakultu a 15,1 % respondentů bylo studenty Fakulty tělesné kultury. Přírodovědeckou fakultu zastoupilo 13,2 % z účastníků našeho výzkumu, podílem 12,3 % přispěli studenti Pedagogické fakulty, 5,7 % tvořili studenti Fakulty zdravotnických věd a 0,9 % dotázaných byli studenty Cyrilometodějské teologické fakulty.



Obrázek č. 13: Fakulta.

Byli jste už někdy před započítím Vašeho pobytu v Olomouci?

Předmětem této otázky bylo zjistit, zda naši respondenti navštívili Olomouc ještě před započítím jejich studijního pobytu. Jak je z níže uvedeného grafu na obrázku č. 14. patrné, pouhých 5,7 % z dotázaných navštívilo Olomouc již dříve. 94,3 % dotázaných nikoliv.



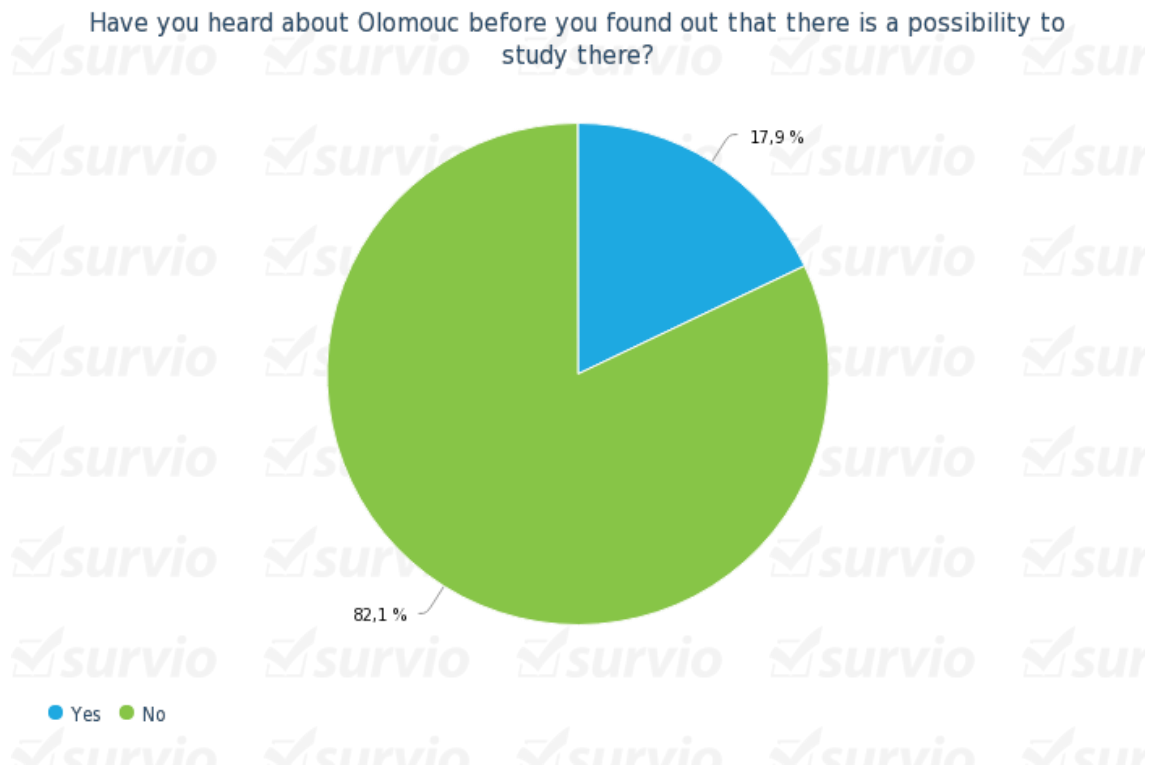
Obrázek č. 14: Byli jste už někdy před započítím Vašeho pobytu v Olomouci?

Jaký byl důvod případné předchozí návštěvy.

Jak bylo uvedeno výše v grafu na obrázku č. 14, bylo pouze 5,7 % z dotázaných v Olomouci ještě před započítím svého studijního programu. Celkem se tak jedná o šest respondentů, mezi jejichž odpovědi patřila návštěva přátel (2x), exkurze s domácí univerzitou (2x) a Letní škola Slovanských studií (1x).

Slyšeli jste o Olomouci již dříve?

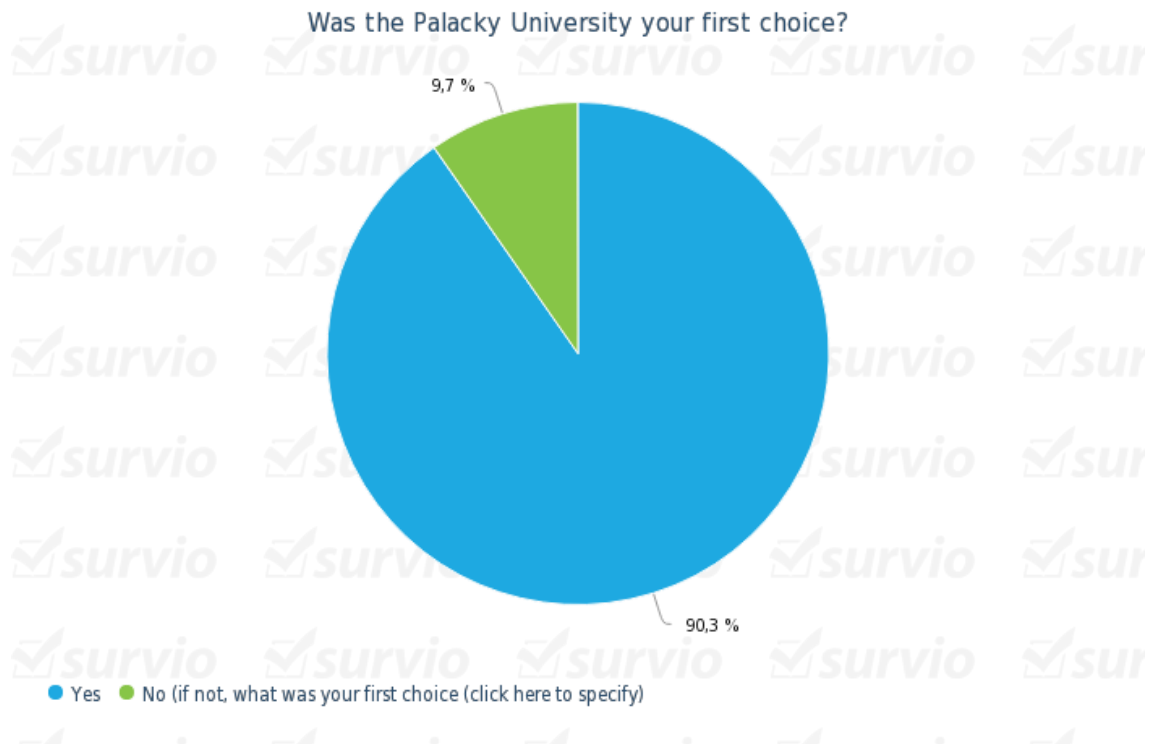
Prostřednictvím otázky číslo pět jsme se snažili zjistit, zda dotázaní slyšeli o Olomouci ještě předtím, než se dověděli o možnosti studia na UP. Jak je z následujícího obrázku č. 15 patrné valná většina respondentů o Olomouci dříve neslyšela. Tuto skupinu zastoupilo celkem 82,1 % respondentů, zatímco ti dotázaní, kteří o Olomouci dříve slyšeli, vytvořili skupinu s podílem 17,9 %.



Obrázek č. 15: Slyšeli jste o Olomouci již dříve?

Byla Univerzita Palackého Vaše první volba?

Předmětem otázky šesté bylo zjistit, zda byla UP první volbou dotázaných studentů. Tato informace, jak se domníváme, mohla totiž do jisté míry ovlivnit studentovo počínání si v rámci celého pobytu. Přesněji řečeno, jestliže se respondent ve výběrovém řízení ucházel o pobyt primárně jinde než na UP a UP tak byla možná pouhými „zadními vrátky“ mohl tak přijít o jistý entuziasmus, který by ho dost možná provázel pobytem, kdyby byla UP na prvním místě. To jsou ale pouhé domněnky, které se však do jisté míry jeví jako logické. Nicméně 90,3 % dotázaných uvedlo, že UP byla jejich první volbou, a pouhých 9,7 % respondentů odpovědělo, že na prvním místě volili jinou destinaci. Jestliže respondent uvedl, že UP nebyla první volbou, byla součástí otázky také povinnost uvést, kterou destinaci, popř. univerzitu volil.



Obrázek č. 16: Byla Univerzita Palackého Vaše první volba?

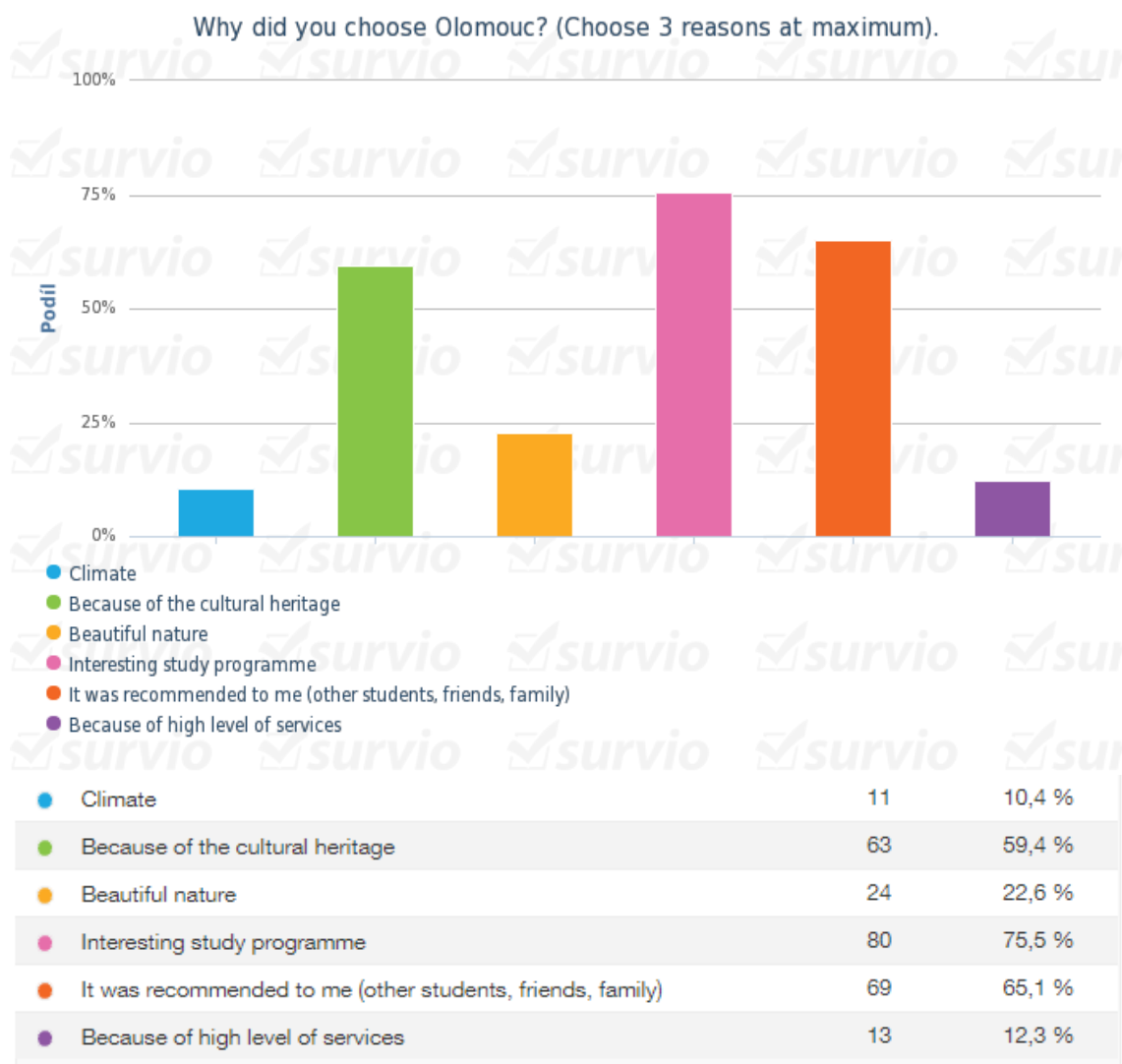
Pakliže UP nebyla Vaše první volba, co jí bylo?

Na výše uvedeném obrázku č. 17 můžeme vidět, že 9,7 % dotázaných uvedlo, že jejich první volba pro uskutečnění svého zahraničního studijního pobytu byly jiné univerzity než UP a jak z dotazování vyplynulo dokonce i jiné destinace. Rozvinuté odpovědi otom, kam chtěli studenti vyjet na prvním místě, zněly následovně;

- Na prvním místě pro mě bylo Německo, ale nevybrali mě.
- Norsko, bohužel pro mě finančně nezvládnutelné.
- Tromso v Norsku.
- Wroclaw, Polsko.
- Univerzita v Lublani.
- Exeter, Anglie.
- Vilnius (tuto litevskou univerzitu v rámci této otázky zmínili dva respondenti).

Z jakých důvodů jste si zvolili právě UP?

Otázka sedmá se zabývala zjištěním důvodů, které respondenty vedly ke zvolení UP jako finální destinace pro své studium. Na výběr zde měli z šesti možností, kterými, jak je vidět na obrázku č. 18, byly klima, kulturní dědictví, příroda, zajímavý studijní program, doporučení od jiných studentů, přátel, či rodinných příslušníků, nebo z důvodu úrovně služeb. Zvolit si mohli maximálně tři z těchto možností. Nejčastějším důvodem pro volbu UP byl zajímavý studijní program, který zabodoval ze 75,5 %, což odpovídá 80 responzím. Druhým, nejčastěji uváděným důvodem, kvůli kterému si respondenti vybrali právě UP v Olomouci, se jak z výsledků této otázky plyne, stalo doporučení od jiných studentů, kamarádů, popřípadě rodiny. Celkově tato odpověď obdržela 69 responzí, což je 65,1 %. Kulturní dědictví bylo jedním z důvodů pro 63 dotázaných a to v součtu tvoří 59,4 % u této možnosti odpovědi. Příroda byla lákadlem pro 22,6 % dotázaných (24 responzí), z důvodu úrovně služeb si UP v Olomouci zvolilo 12,3 % dotázaných (13 responzí). Nejmenším „lákadlem“ bylo pro dotázané klima, které se tak jeví jako nejméně atraktivní. V podílu dostalo pouhých 10,4 %, což se rovná 11 responzím.

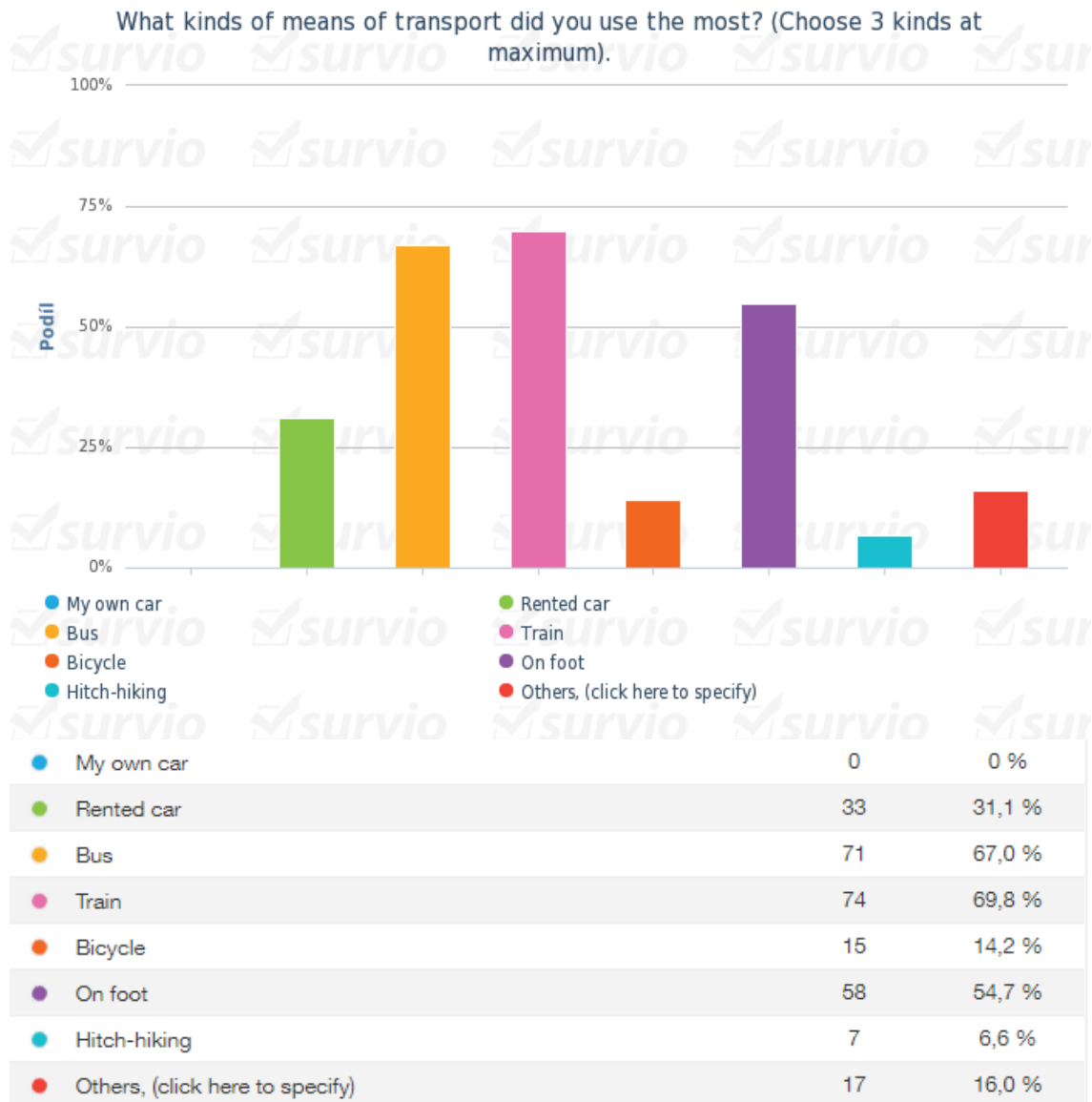


Obrázek č. 17: Z jakých důvodů jste si zvolili právě UP?

Jaký dopravní prostředek jste nejvíce využívali?

Předmětem této otázky bylo zjistit, jakých forem dopravy využívali studenti nejvíce. Na vybranou zde respondenti měli z osmi možností odpovědi (moje vlastní auto, pronajaté auto, autobus, vlak, kolo, pěšky, autostop a jiné, uveďte jaké), ze kterých si mohli zvolit maximálně tři možnosti. Jako nejvyužívanější dopravní prostředek se podle výsledků této otázky stala se 74 responzemi a podílem 69,8 % v rámci této možnosti odpovědi vlaková doprava. Druhým nejvyužívanějším typem dopravy se stala autobusová doprava se 71 responzemi a 67 %. Jako třetí nejčastější, co se do počtu responzí týče, skončilo chození pěšky (58 responzí, 54,7 %). Čtvrtým nejvyužívanějším dopravním prostředkem se stala pronajímaná auta a to s 33 responzemi a podílem 31,1 %.

Jako pátý nejvyužívanější dopravní prostředek skončila odpověď, „jiné, uveďte jaké“ se 17 responzemi a 16 % (odpovědi na tuto otázku budou rozvinuty dále). Šestým nepoužívanějším dopravním prostředkem bylo s 15 responzemi a 14,2 % uvedeno jízdní kolo. Sedm responzí a 6,6 % získal autostop a nikdo neuvedl, že by k dopravě používal vlastní auto.



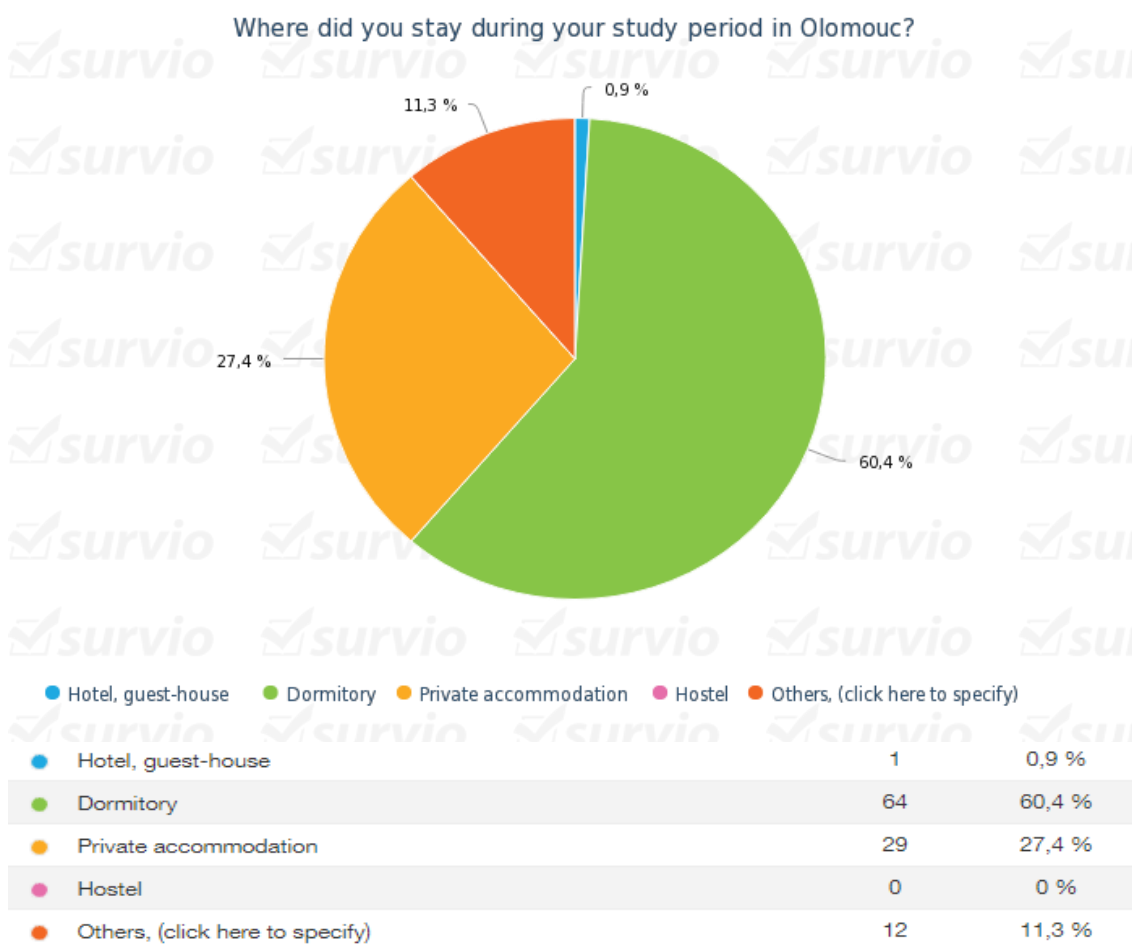
Obrázek č. 18: Jaký dopravní prostředek jste nejvíce využívali?

Jiné – rozvinutá odpověď I

Jak jsme již zmínili výše, jako pátá nejčastěji zvolená možnost v otázce způsobu dopravy se stala možnost „jiné, uveďte jaké“. Všichni respondenti, kteří tuto možnost zvolili, jako jednu ze tří nejvyužívanějších způsobů dopravy odpověděli stejně, a sice že jezdili tramvají. Celkově tak tramvajová doprava obdržela 17 responzí, což činilo 16 % podílu tohoto oddílu.

Kde jste byli ubytováni během pobytu?

Způsob ubytování hraje také zásadní roli ve využívání služeb cestovního ruchu. Jak je z grafu na obrázku č. 19 patrné, účastníci našeho výzkumu byli nejčastěji ubytováni na studentských kolejích a to z 60,4 %. Jako druhý nejčastější způsob bydlení se s 27,4 % stalo ubytování v soukromí, 11,3 % respondentů zde uvedlo odpověď „jiné, uveďte jaké“ (tato varianta odpovědi bude podrobněji vysvětlena dále) a 0,9 % dotázaných uvedlo, že během svého studijního pobytu pobývali v hotelu, penzionu. Z výsledků vyplynulo, že nikdo nepobýval v žádném z olomouckých hostelů.



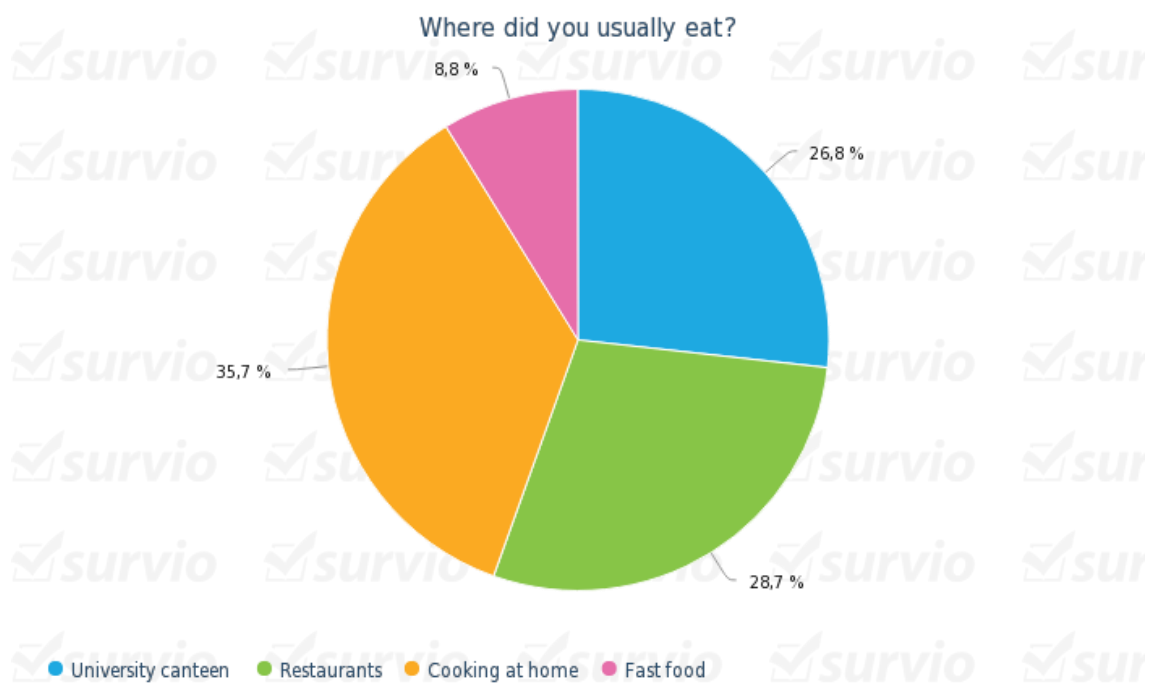
Obrázek č. 19: Kde jste byli ubytováni během pobytu?

Jiné – rozvinutá odpověď II

Jak jsme již zmínili výše, 11,3 % respondentů uvedlo, že během svého pobytu v Olomouci bydleli jinde než na hotelu/penzionu, jinde než na kolejích, hostelech, či v soukromí. Těchto necelých 12 %, které tvořilo celkem 12 dotázaných, jež označilo za svou odpověď polootevřenou možnost odpovědi „jiné, uveďte jaké“ uvedlo, že k jejich pobytu v Olomouci využili ubytování prostřednictvím poměrně nové webové služby, která se zabývá zprostředkováním ubytování – Airbnb.

Kde jste se během pobytu obvykle stravovali?

V této otázce si respondenti mohli podle svého uvážení, pomocí přetažení myši na ose od 0 do 100 v rámci celé otázky rozložit procentuálně podle obvyklosti jejich způsob stravování (názorná ukázka této otázky je spolu se všemi ostatními uvedena v přílohách na koci této práce – podkapitola 11.3 Dotazník). Respondenti měli na výběr ze čtyř odpovědí, a to; univerzitní menza, vaření doma, restaurace a fast food. Jak je patrné z grafu na obrázku č. 20, nejčastějším způsobem stravování se s 35,7 % stalo vaření doma. Vzhledem k cílové skupině, kterou byli studenti, u nichž je velmi běžné, že většinou nedisponují velkým množstvím peněz, nás tento výsledek moc nepřekvapil. Co nás však překvapilo, je pomyslné 2. místo na kterém, v rámci obvyklého způsobu stravování skončily restaurace a to s podílem 28,7 %. Jako třetí nejobvyklejší místo pro stravování skončila univerzitní menza a to s 26,8 % a až na posledním místě se objevil fast food, který obdržel 8,8 %.



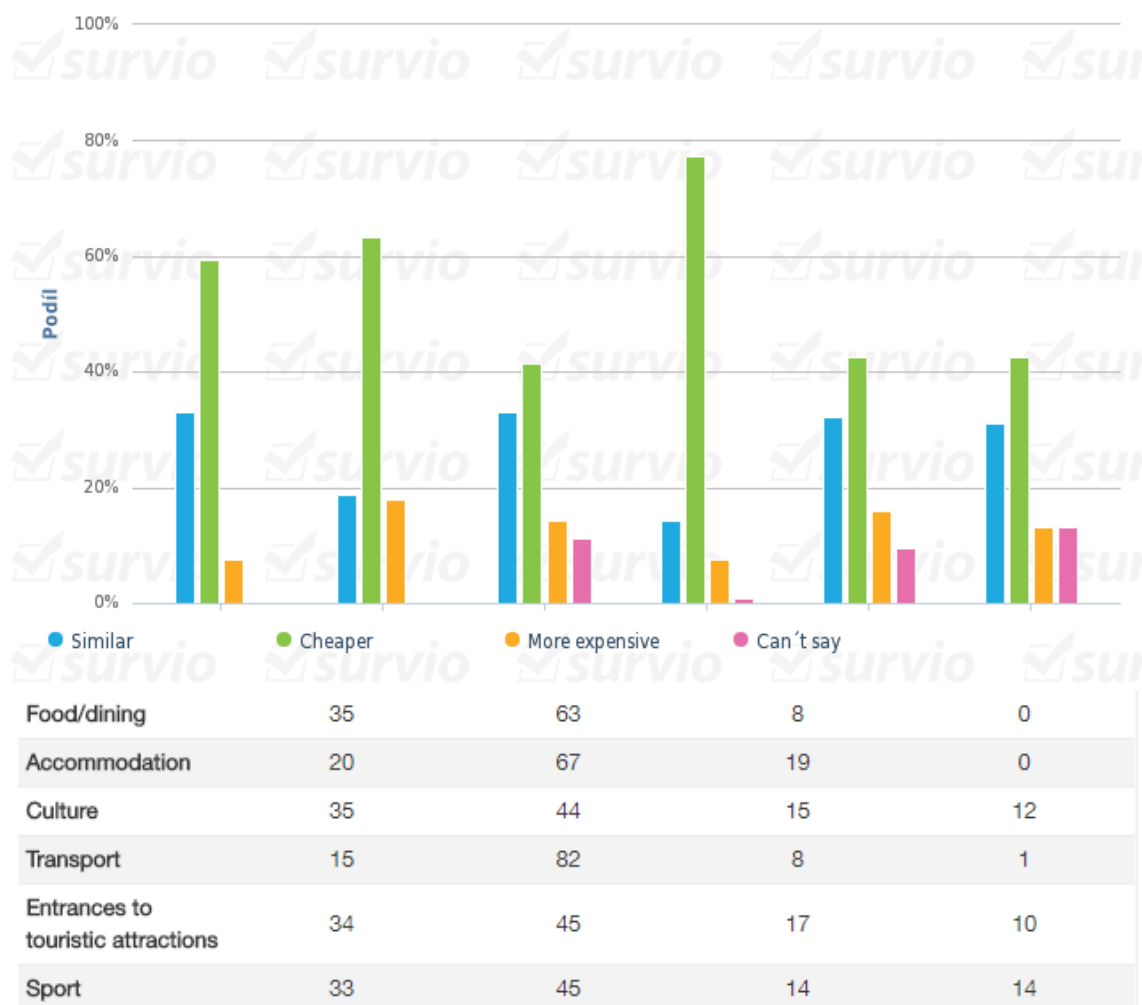
Obrázek č. 20: Kde jste se během pobytu obvykle stravovali?

Porovnání cen v ČR s Vaší zemí

Otázka číslo 11 se zabývala zjištěním, jak respondenti našeho výzkumu vnímali ceny v České republice v porovnání s cenami v jejich zemi. Uvedli jsme zde šest kategorií, kterými byly; stravování, ubytování, kultura, doprava, vstupné na turistické atrakce a sport. Úkolem našich respondentů bylo označit v jednoduché tabulce, (která je znázorněna v přílohách v kapitole 11.3 Dotazník), jednu z následujících odpovědí; ceny v ČR jsou v porovnání s mojí zemí: podobné, levnější, dražší či odpověď „nemohu říci“. První oddíl v grafu na obrázku č. 21 náleží kategorii stravování. Jak je z obrázku patrné 59,4 %, což se rovná 63 respondentům uvedlo, že pro ně stravování v ČR bylo levnější než v jejich zemi, 33 %, což je 35 dotázaných odpovědělo, že ceny za stravu byly v ČR podobné jako v jejich zemi. 7,5 % (8 respondentů) uvedlo, že pro ně strava v ČR byla dražší než doma. Nikdo z dotázaných ne zvolil odpověď „nemohu říci“. Kategorie týkající se ubytování dopadla také s převahou odpovědi, že v ČR dotázaní zaplatili méně, než by za ubytování zaplatili ve své zemi (63,2 %, což je 67 respondentů). Jako své zemi podobné uvedlo ceny za ubytování 18,9 %, což je 20 dotázaných a pro 17,9 % (19 dotázaných) bylo ubytování v ČR dražší než v jejich zemi. Stejně jako v otázce týkající se stravování nevedl nikdo odpověď „nemohu říci“. Další kategorií byla kultura, u které 11,3 % (12 respondentů) poprvé označilo jako svoji

odpověď možnost s názvem „nemohu říci“. Pro 41,5 % (44 dotázaných) byla v ČR kultura levnější, pro 33 % (35 respondentů) byly ceny za kulturu podobné a pro 14,2 % (15 dotázaných) byla kultura v ČR dražší než doma. Následujícím oddílem v porovnání cen byla doprava, kterou v porovnání s ostatními oddíly, drtivá většina dotázaných označila jako levnější v porovnání se svou zemí. Přesně řečeno pro 77,4 % (82 dotázaných) byla doprava jednoznačně levnější. 14,2 % (15 respondentů) uvedlo, že doprava v ČR stála podobně jako v jejich zemi. 7,5 % (8 dotázaných) označilo dopravu v ČR za dražší a pouhá jedna osoba, která tak vytvořila 0,9 % v podílu této kategorie, uvedla jako svou odpověď „nemohu říci“. V kategorii „vstupné na turistické atrakce“, jako odpověď opět dominoval názor, že pro dotázané bylo v ČR levněji než v jejich zemi. Celkově takto odpovědělo 42,5 % (45 respondentů). Jako podobné se ceny za vstupné jeví 32,1 % (34 dotázaným), 16 % (17 z účastníků výzkumu) uvedlo, že pro ně byly tyto ceny vyšší a 9,64 % (10 respondentů) uvedlo jako svou odpověď „nemohu říci“ a nepotvrdili tak, cenovou podobnost, ale ani vyšší, či nižší ceny. Pomocí poslední kategorie jsme se snažili zjistit, jak vnímali naši respondenti ceny za sport. 42,5 % (45 dotázaných) odpovědělo, že pro ně bylo sportování v ČR levnější záležitostí než ve vlastní zemi. 31,1 % (33 respondentů) uvedlo, že byly ceny v ČR podobné jako v jejich zemi, pro 13,2 % (14 dotázaných) byl sport dražší než doma a stejný počet dotázaných uvedl odpověď „nemohu říci“.

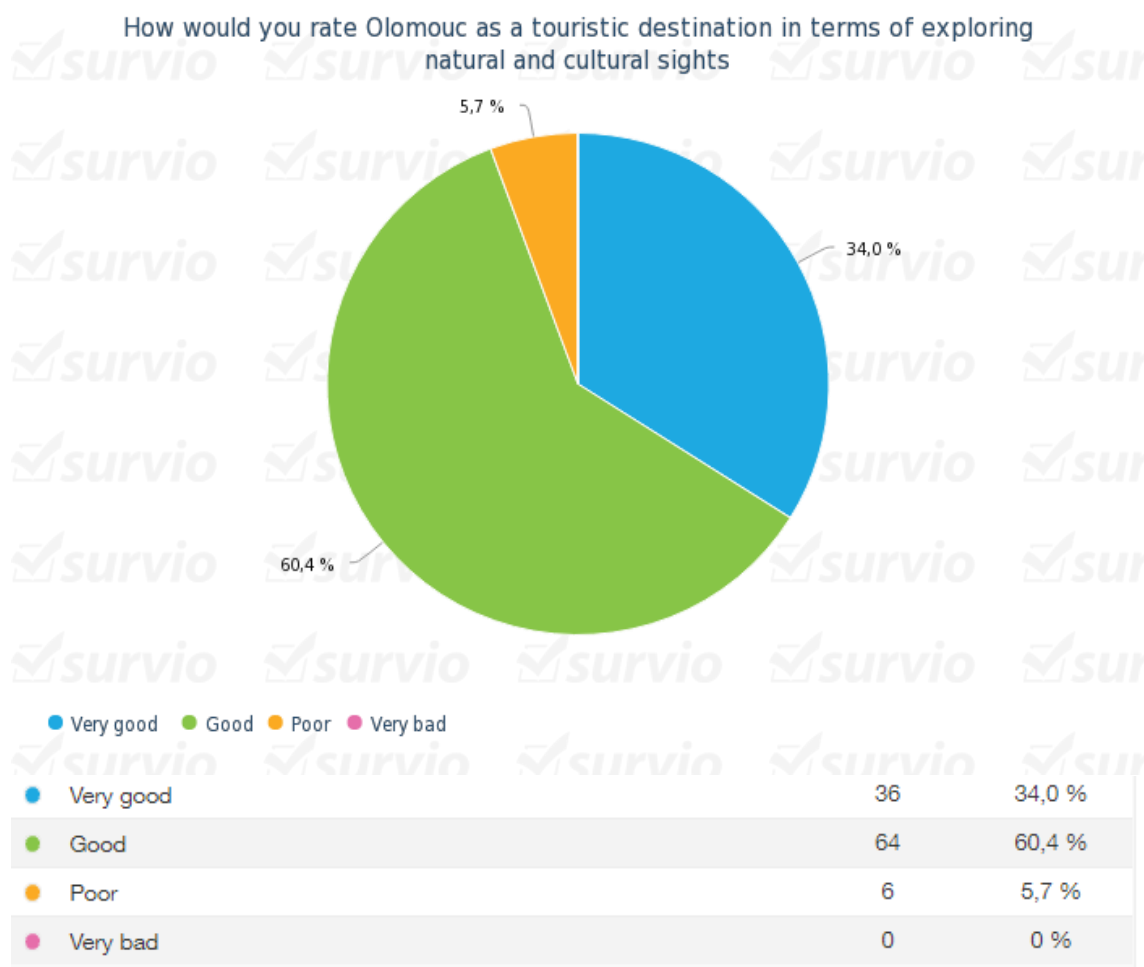
If you should compare prices in the Czech Republic to your country's prices, prices in the Czech Republic are: (Always choose just one option).



Obrázek č. 21: Porovnání cen v ČR s Vaší zemí.

Olomouc jako turistická destinace

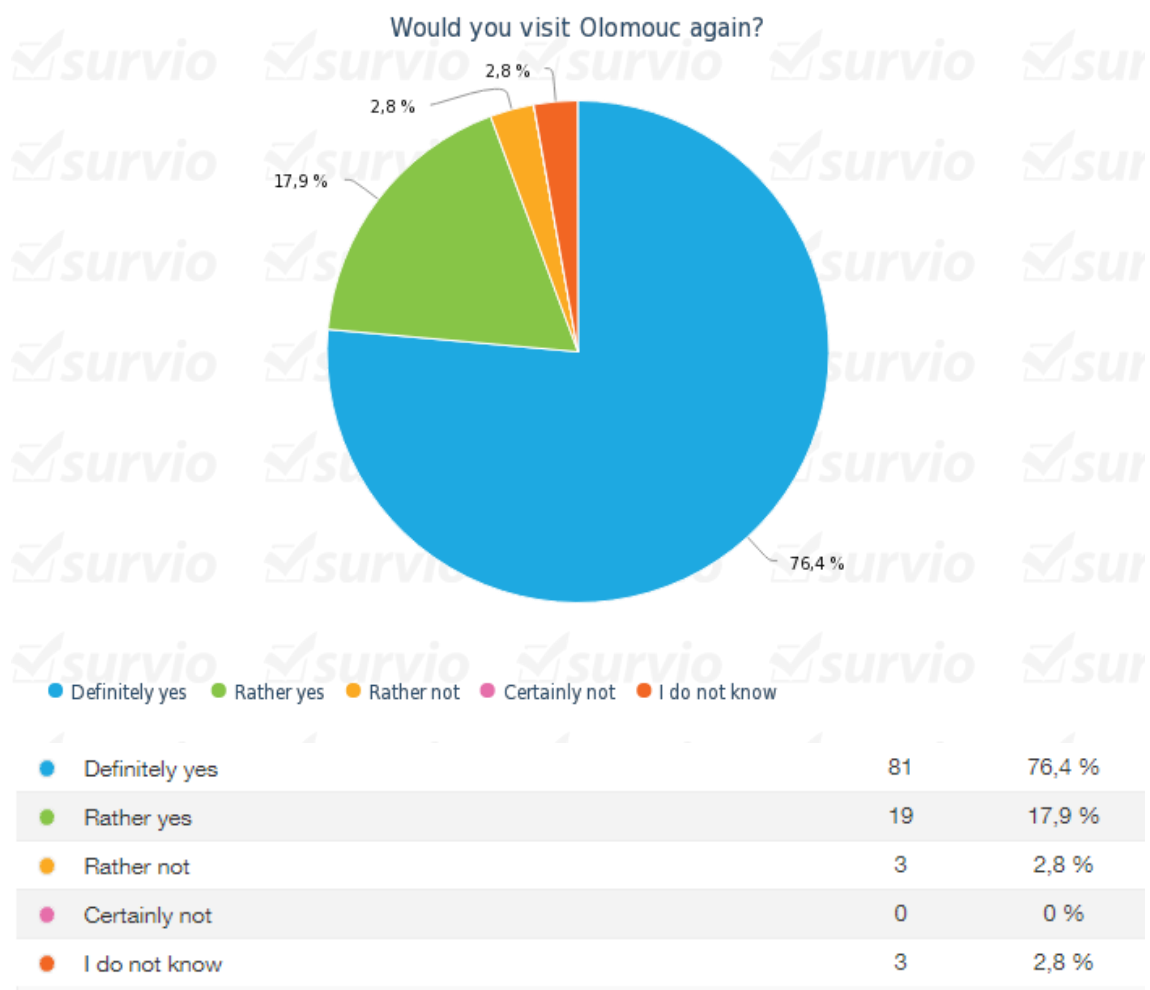
Předmětem otázky číslo 12, byla snaha zjistit, jak studenti programu Erasmus+ vidí Olomouc, jakožto turistickou destinaci. Na výběr měli respondenti ze čtyř odpovědí, a sice že Olomouc vidí jako; velmi dobrou, dobrou, špatnou a velmi špatnou turistickou destinaci. 60,4 % dotázaných uvedlo, že se jim Olomouc jeví jako dobrá turistická destinace, 34 % odpovědělo, že Olomouc vidí jako velmi dobrou a 5,7 % jako špatnou turistickou destinaci. Nikomu z dotázaných se Olomouc nejeví jako velmi špatná turistická destinace, což vnímáme velmi pozitivně.



Obrázek č. 22: Olomouc jako turistická destinace.

Zvažujete se do Olomouce vrátit?

V otázce zda se respondenti zvažují do Olomouce vrátit, měli na vybranou z pěti možností, a sice; rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, rozhodně ne a nevím. Jak je patrné z grafu na obrázku č. 23, 76,4 % dotázaných uvedlo, že by se do Olomouce rozhodně vrátilo, 17,9 % odpovědělo „spíše ano“, 2,8 % dotázaných odpovědělo „spíše ne“ a stejně tak i „nevím“. Nikdo z dotázaných neuvědl, že je přesvědčen o tom, že už by Olomouc znovu navštívit nechtěl.

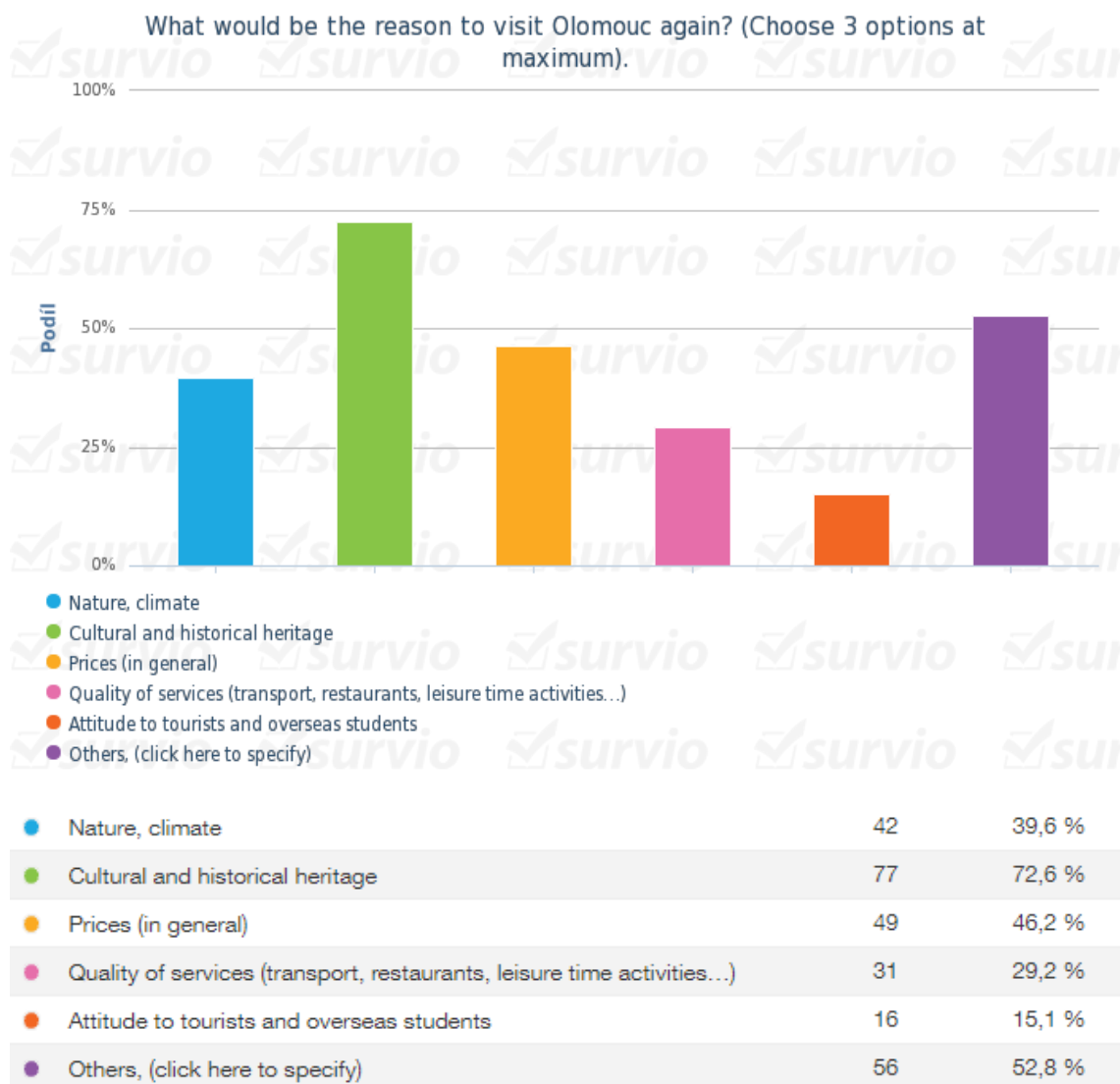


Obrázek č. 23: Zvažujete se do Olomouce vrátit?

Důvod Vaší opětovné návštěvy

Jak jsme již uvedli výše, tak 76,4 % dotázaných uvedlo, že by se do Olomouce rozhodně vrátilo. Předmětem této otázky proto bylo, co by bylo potenciálním důvodem pro opětovnou návštěvu Olomouce. Na výběr zde respondenti měli z šesti možností odpovědi, ze kterých bylo pět uzavřených a jedna polouzavřená. Uzavřené odpovědi byly následující: příroda, klima; kulturní a historické památky; ceny (všeobecně); kvalita služeb (doprava, restaurace, volnočasové aktivity); postoj k turistům a zahraničním studentům a polouzavřená možnost odpovědi s názvem „jiné, uveďte jaké“. Zvolit zde mohli maximálně tři odpovědi. Nejčastěji se opakujícím důvodem, se s podílem 72,6 % a 77 responzemi, staly kulturní a historické památky. Jako druhá nejčastěji volená odpověď se stala polouzavřená možnost odpovědi „jiné, uveďte jaké“ a to s 52,8 % a 56 responzemi (tato otázka je blíže popsána dále). Třetím nejčastějším důvodem pro opětovnou návštěvu Olomouce se staly ceny (46,2 % a 49 responzí).

Příroda, klima by s 39,6 % a 42 odpověďmi, byly čtvrtým nejčastějším důvodem pro opětovnou návštěvu. Kvalita služeb obdržela 29,2 % (31 odpovědí) a až na posledním místě s 15,1 % a 16 odpověďmi postoj k turistům a zahraničním studentům.

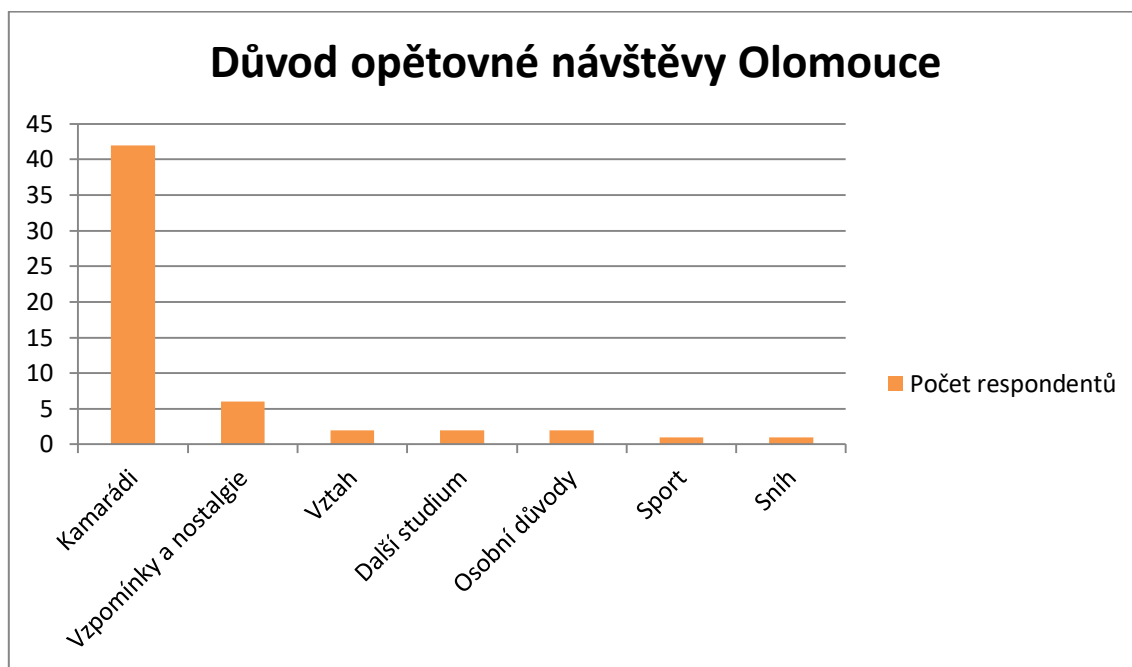


Obrázek č. 24: Jaký by byl Váš důvod pro opětovnou návštěvu Olomouce?

Jiné – rozvinutá odpověď III

Jak jsme již uvedli výše, 52,8 %, což se rovná 56 odpovědím, dotázaných uvedlo, že by jedním z jejich důvodů pro opětovnou návštěvu Olomouce bylo něco jiného, než z čeho měli v předchozí otázce na výběr. V této polouzavřené možnosti odpovědi respondenti nejčastěji uváděli, že by důvodem pro opětovnou návštěvu byli nově navázaná přátelství (42 dotázaných). Šestkrát zde bylo uvedeno, že by tímto důvodem byly vzpomínky a nostalgie. Dvakrát zde respondenti uvedli vztah a osobní důvody.

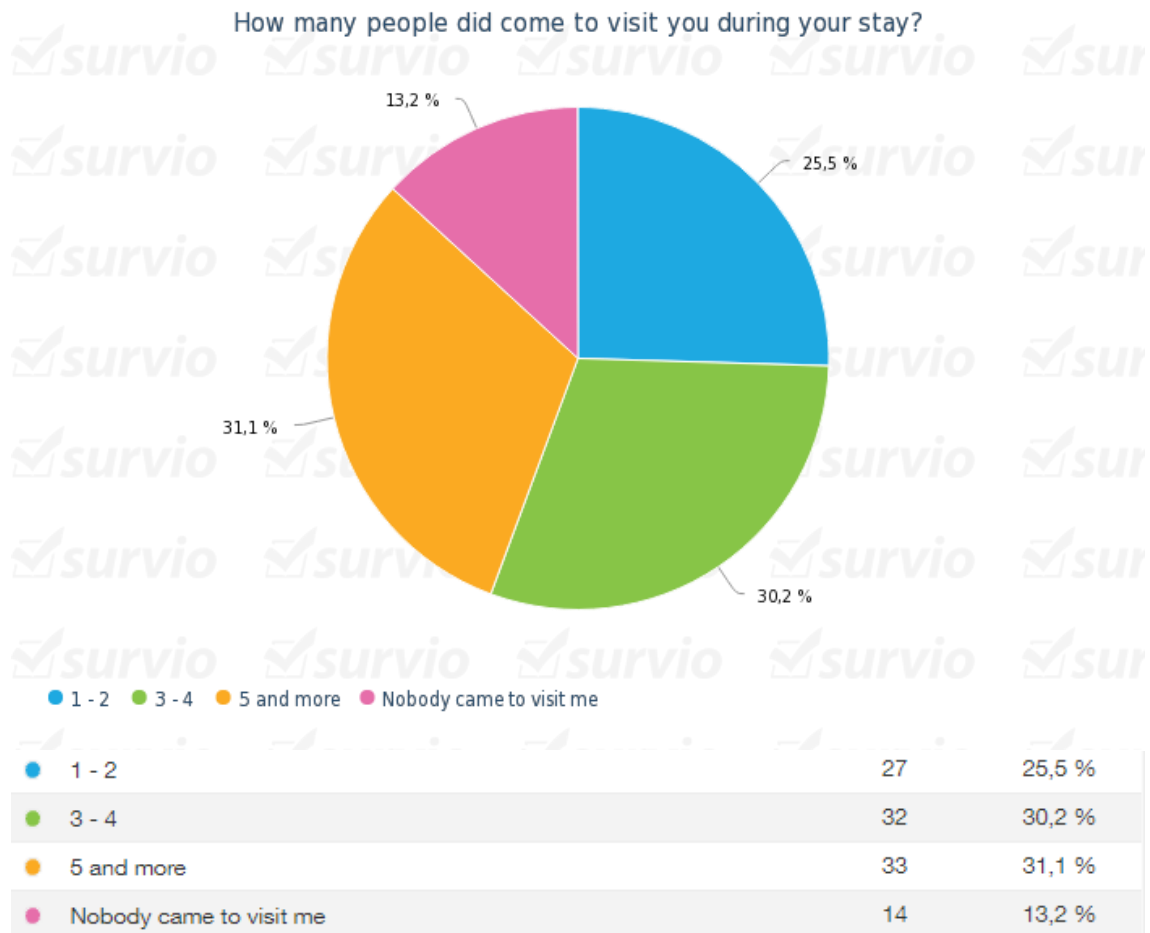
Dalšími důvody byly sport, sních a další studium, jež zde byly uvedeny pouze jedenkrát. Pro přehlednost jsme tyto odpovědi zasadili do níže uvedeného grafu na obrázku č. 25.



Obrázek č. 25: Jiné – rozvinutá odpověď III.

Kolik osob Vás po dobu pobytu přijelo navštívit?

Dalším a pro náš výzkum velmi důležitým údajem byla informace, zda naše respondenty za dobu, kterou v Olomouci, respektive v České republice vůbec, strávili, přijel navštívit i někdo další. Odpovědi zde byly předdefinované na čtyři možnosti, a sice že respondenty přijely navštívit; 1 – 2 osoby, 3 – 4 osoby, 5 a více osob nebo odpověď, že je navštívit nepřijel nikdo. Jak je znázorněno v grafu na níže uvedeném obrázku č. 26, s podílem 31,1 % zde dominuje odpověď, že účastníky tohoto výzkumu přijelo navštívit 5 osob a více. 30,2 % dotázaných uvedlo, že je navštívili 3 - 4 osoby, 1 – 2 osoby přijelo navštívit 25,5 % respondentů a 13,2 % dotázaných odpovědělo, že je navštívit nepřijel nikdo.

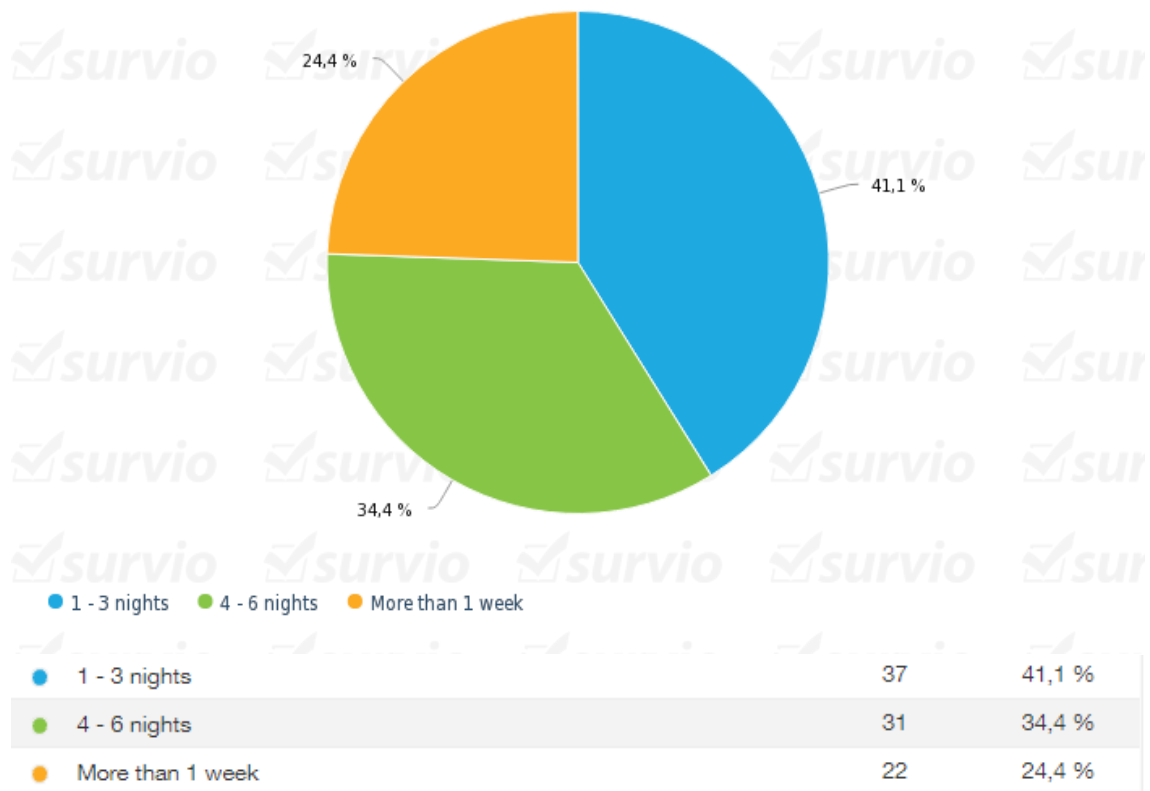


Obrázek č. 26: Kolik osob Vás po dobu pobytu přijelo navštívit?

Pokud jste návštěvy měli, na jak dlouho většinou přijely?

Jestliže v předchozí, 15. otázce respondenti odpověděli kladně, měli v této otázce uvést, na jak dlouho se jejich návštěvy většinou zdržely. Z předdefinovaných odpovědí měli na výběr z; 1 – 3 noci, 3 – 4 noci a více než 1 týden. Podílem 41,1 % se respondenti shodli na odpovědi, že se jejich návštěvy většinou zdrželi po dobu 1 – 3 noci. 4 – 6 nocí se podle výsledků této otázky zdrželo 34,4 % z návštěv a 24,4 % přijelo na více než jeden týden.

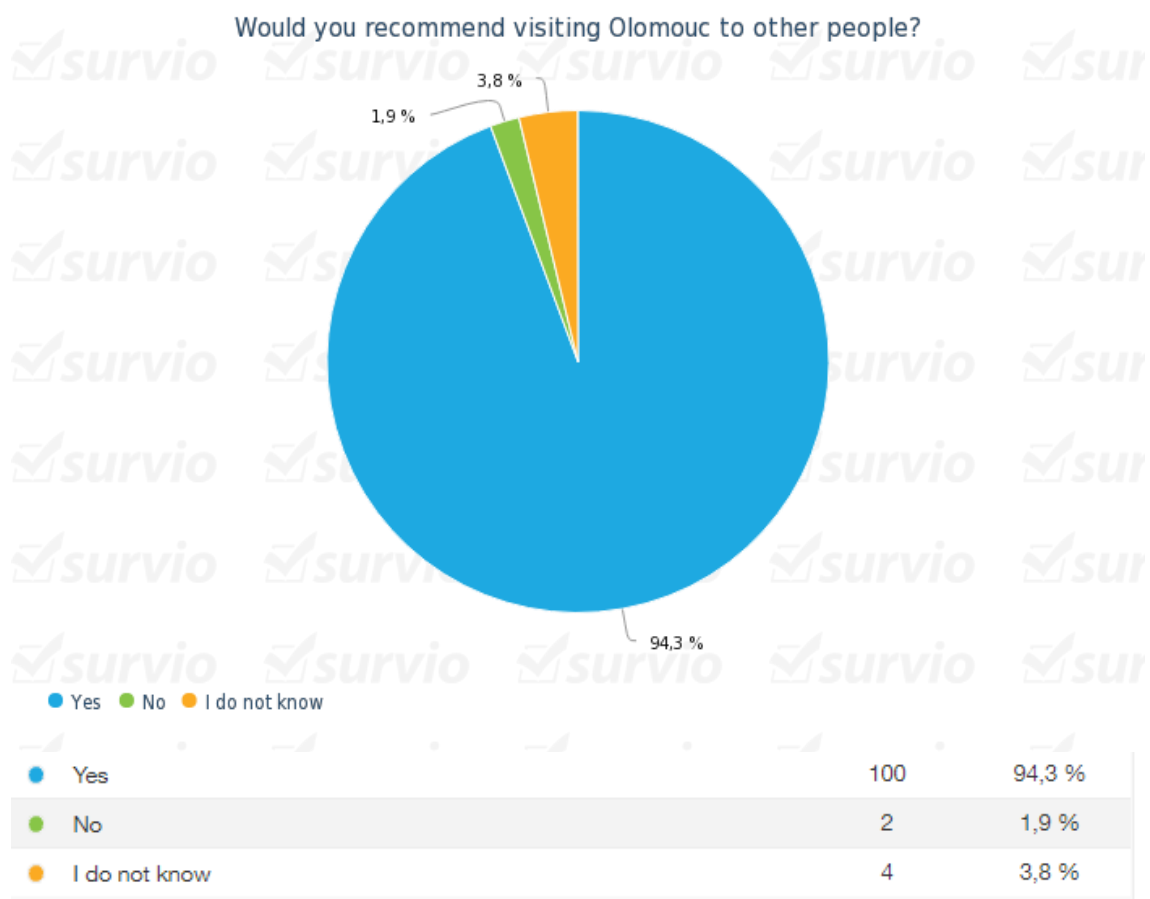
In case you had some visitors, how long did they stay?



Obrázek č. 27: Pokud jste návštěvy měli, na jak dlouho většinou přijely?

Doporučili byste návštěvu Olomouce?

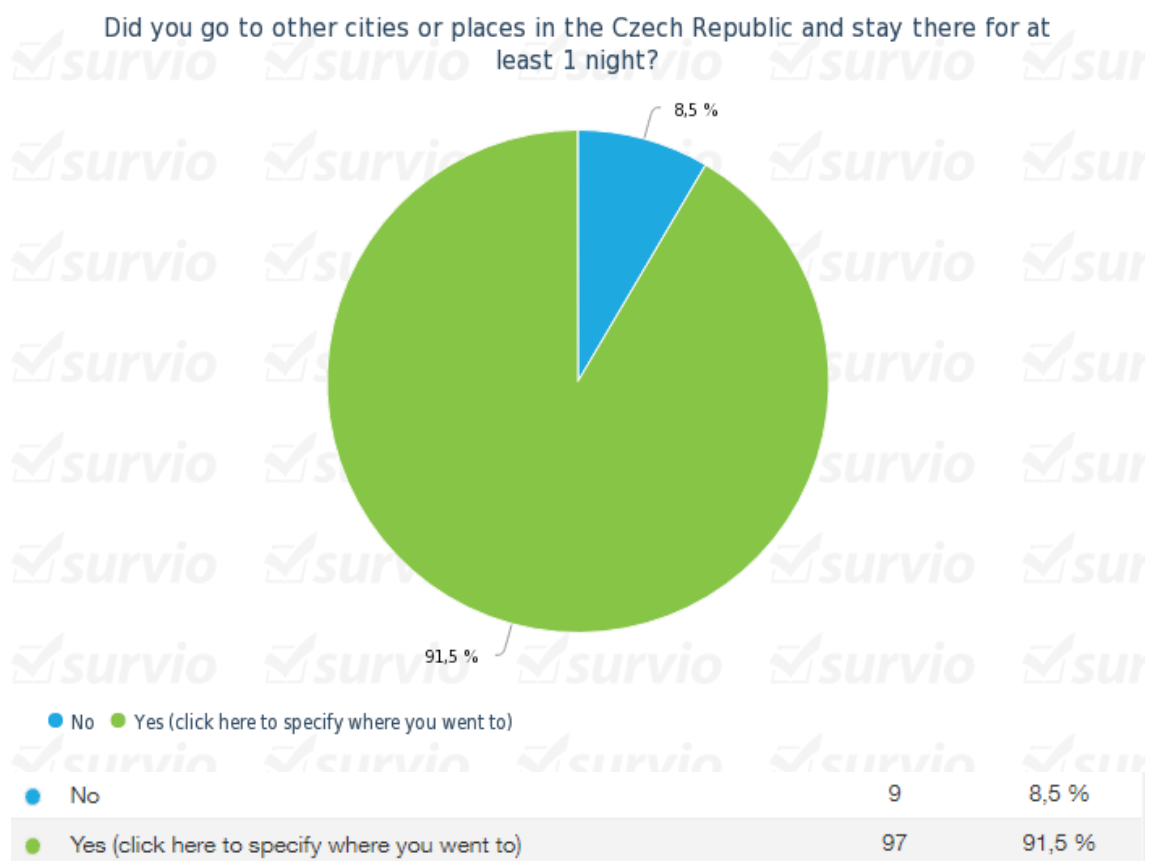
Stejně jako informace, zda by účastníci našeho dotazníkového šetření navštívili Olomouc znovu, je pro nás velmi důležitá informace, jestli by návštěvu Olomouce doporučili i jiným lidem. Dotázaní měli na výběr z jedné z následujících předdefinovaných odpovědí, kterými bylo; ano, ne a nevím. Jak je z grafu na obrázku č. 28 patrné 94,3 % dotázaných by návštěvu Olomouce doporučilo, 3,8 % uvedlo, že neví a 1,9 % by Olomouc navštívit nedoporučila.



Obrázek č. 28: Doporučili byste návštěvu Olomouce?

Návštěva jiných měst, či míst v ČR s přenocováním.

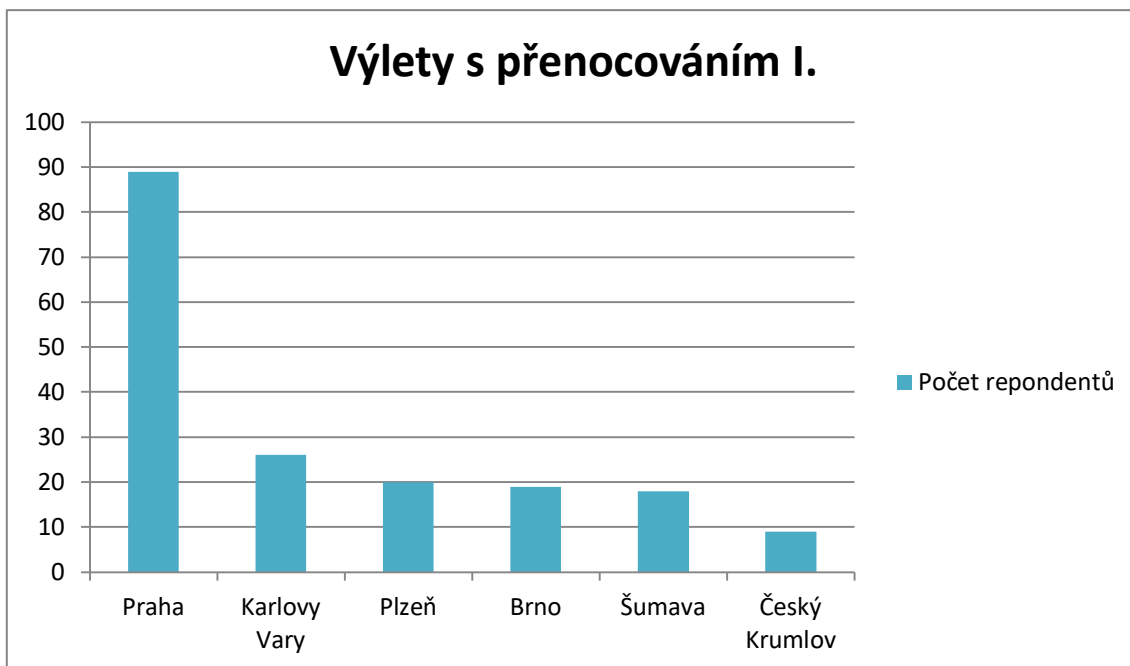
V rámci jedné z našich dalších výzkumných otázek, kterou bychom rádi zjistili, zda mají účastníci programu Erasmus+ na UP vliv na CR i v jiných místech ČR, jsme do dotazníku zařadili také otázku, která se snažila zmapovat, zda respondenti navštívili i něco jiného a to i s přenocováním (minimálně na 1 noc). Tato otázka byla polouzavřená, kdy odpověď byla buď ne anebo ano (obrázek č. 29). Kladná odpověď zde byla podmíněna rozvinutím odpovědi - vlastními slovy rozepsat, kam se v rámci tohoto výletu vydali. Pro přehlednější interpretaci jsme rozvinuté odpovědi opět zasadili do grafů na obrázcích č. 30 & 31. Odpovědi na otázku číslo 18 dopadly tak, že 91,5 % dotázaných odpovědělo ano a poté dále rozvinulo, co navštívili, a 8,5 % uvedlo, že noc jinde než v Olomouci nestrávili.



Obrázek č. 29: Návštěva jiných měst, či míst v ČR s přenocováním.

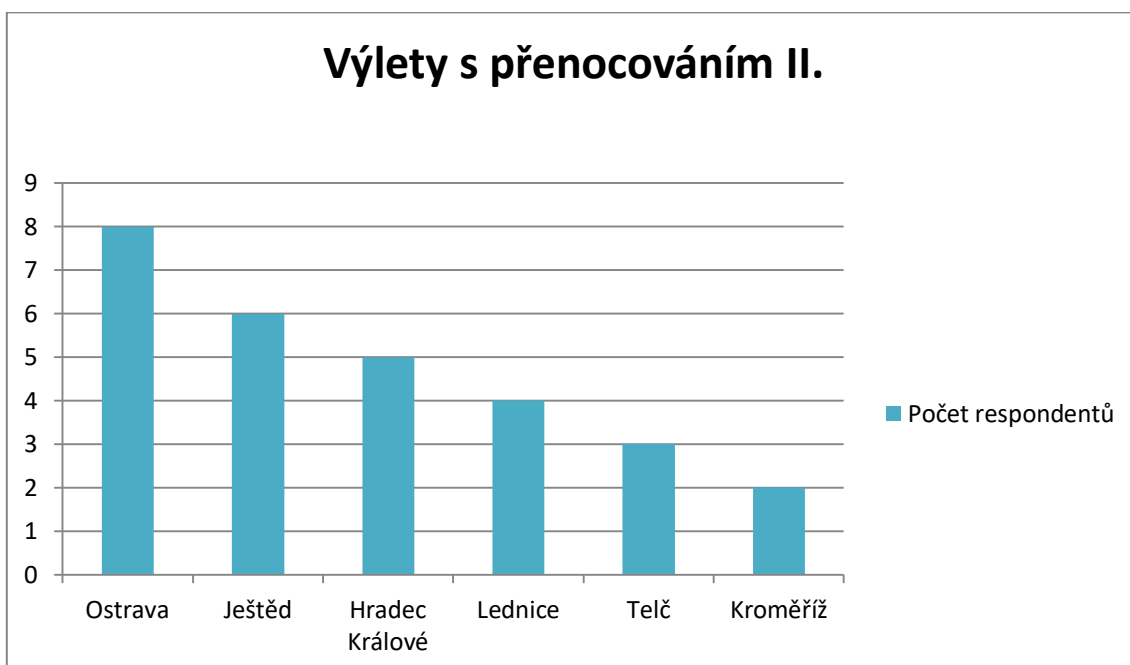
Specifikace měst, či míst v rámci výletu v ČR s přenocováním

Jak jsme již uvedli výše, jestliže dotázaní odpověděli na předchozí otázku kladně, museli dále rozepsat, kam se v rámci výletu s přepsáním vydali. Odpovědi byly poměrně různorodé a pro jejich snadnější interpretaci jsme je zasadili do dvou grafů. Přičemž graf první (obrázek č. 30) reprezentuje města a místa, která se v odpovědích objevovala nejčastěji. Jen pro upřesnění Praha zde byla uvedena celkem 89x, Karlovy Vary 26x, Plzeň 20x, Brno 19x, Šumava 18x, a 9x Český Krumlov.



Obrázek č. 30: Navštívená města či místa s přenocováním I.

Na následujícím obrázku č. 31 jsou uvedena města a místa, která se v odpovědích vyskytovala také poměrně často, ale s menší repeticí než ta, která jsou uvedena v grafu na obrázku č. 30. Nejpočetnějším zástupcem se tak stala Ostrava (8x), dále Ještěd, který zde respondenti zmínili 6x, Hradec Králové 5x, Lednice 4x, Telč 3x a Kroměříž 2x.

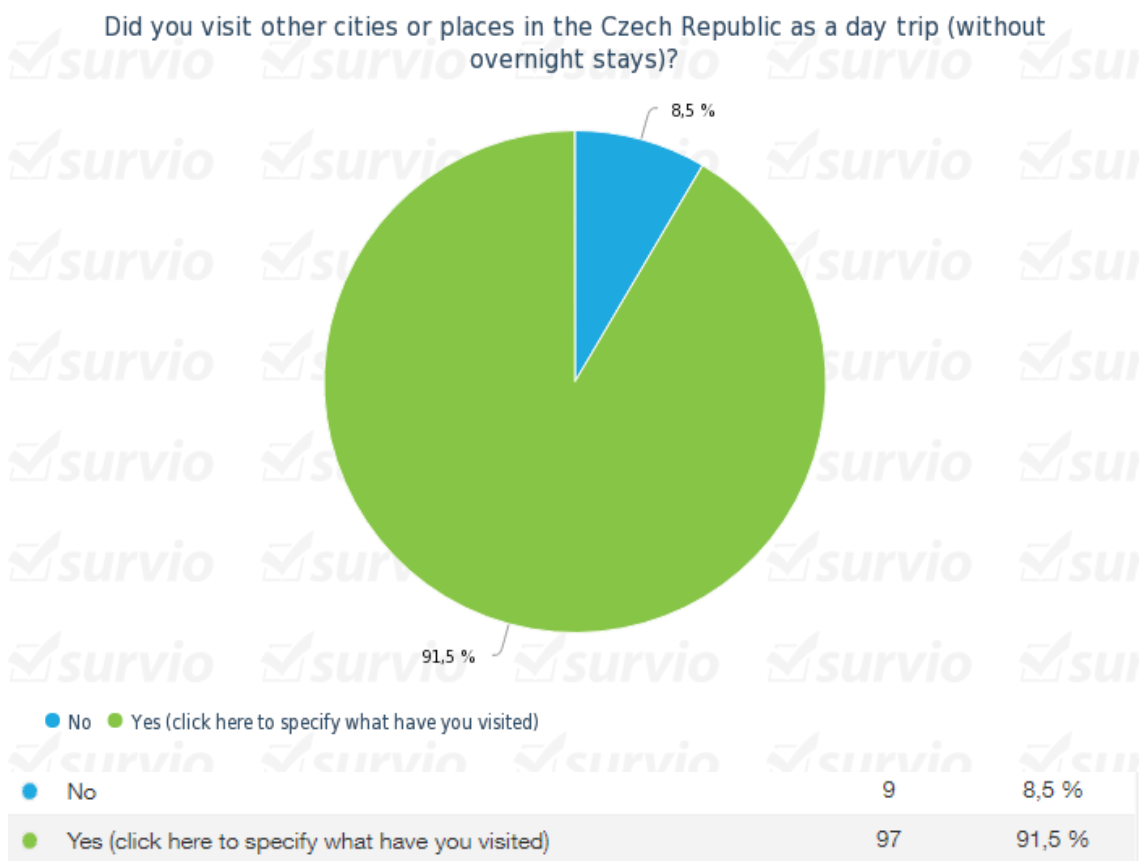


Obrázek č. 31: Navštívená města či místa s přenocováním II.

Nutno ještě zmínit, že zde respondenti uvedli také region Jižní Morava, Beskydy, Pardubice, Karlovu Studánku, Velké Losiny, Hranice na Moravě, Litovel, Nový Jičín, Český Těšín, Velehrad, České Švýcarsko, Praděd a Litomyšl. Všechna tato místa zde však byla uvedena pouze 1x.

Návštěva jiných měst, či míst v ČR bez přenocování

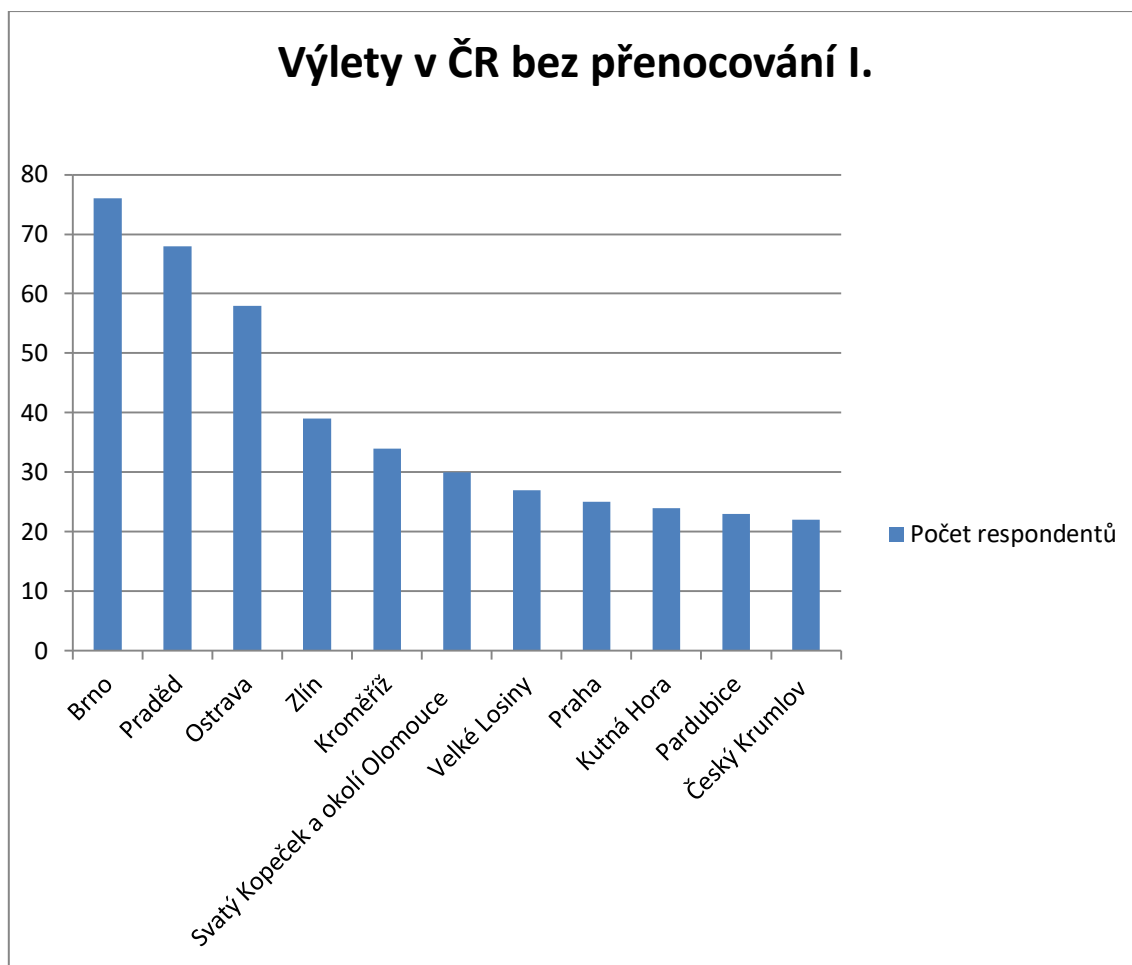
Otázka č. 19 byla koncipována stejně jako otázka předchozí s tím rozdílem, že jsme se snažili zjistit, zda naši respondenti navštívili i jiná města, či místa v ČR bez přenocování – tedy v rámci jednodenního výletu. 91,5 % odpovědí bylo kladných (rozvedené odpovědi jsou blíže popsány dále v textu a znázorněny grafem na obrázcích č. 33, 34 a 35). 8,5 % dotázaných uvedlo, že v rámci jednodenního výletu nikam nevyjeli.



Obrázek č. 32: Návštěva jiných měst, či míst v ČR bez přenocování.

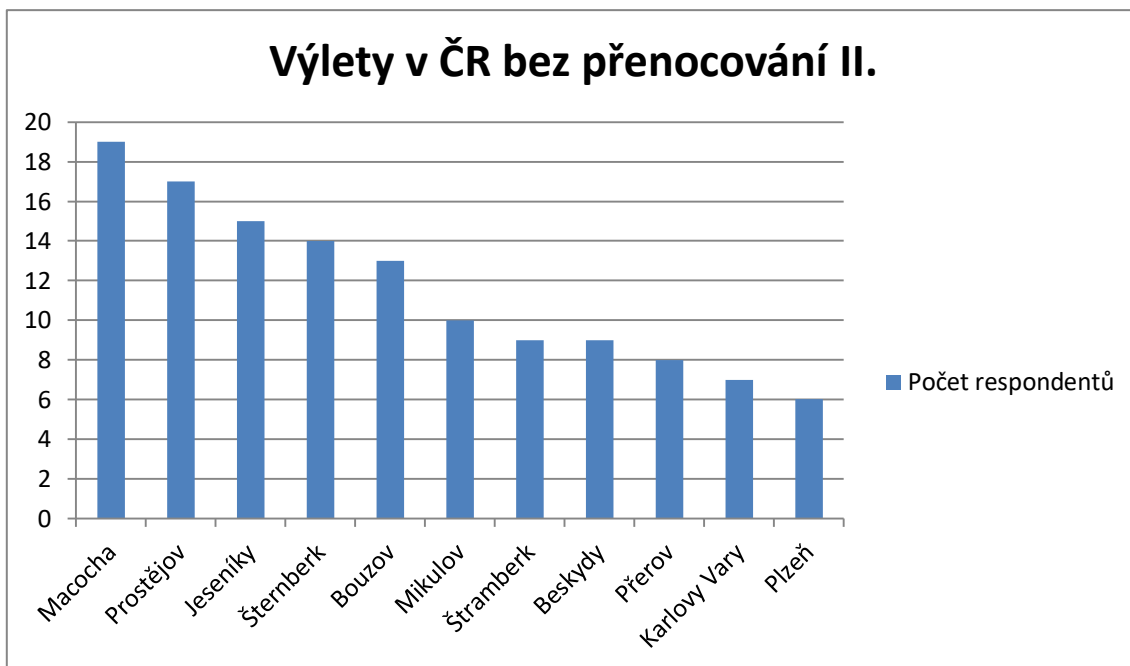
Specifikace měst, či míst v rámci výletu v ČR bez přenocování

Jak jsme již avizovali výše, na následujících obrázcích si je možné prohlédnout rozvinuté odpovědi našich respondentů k otázce č. 19. Pro přehlednost a lepší znázornění jsme vytvořili tři níže uvedené grafy. Na grafu prvním, který je na obrázku č. 33 jsou uvedena města a místa, která se v rámci odpovědí objevila nejčastěji. Jak je možné vidět, jedná se o Brno, které zde respondenti zmínili 76x, Praděd 68x, Ostravu 58x, Zlín 39x, Kroměříž 34x, Svatý Kopeček a okolí Olomouce 30x, Velké Losiny 27x, Prahu 25x, Kutnou Horu 24x, Pardubice 23x a Český Krumlov 22x.



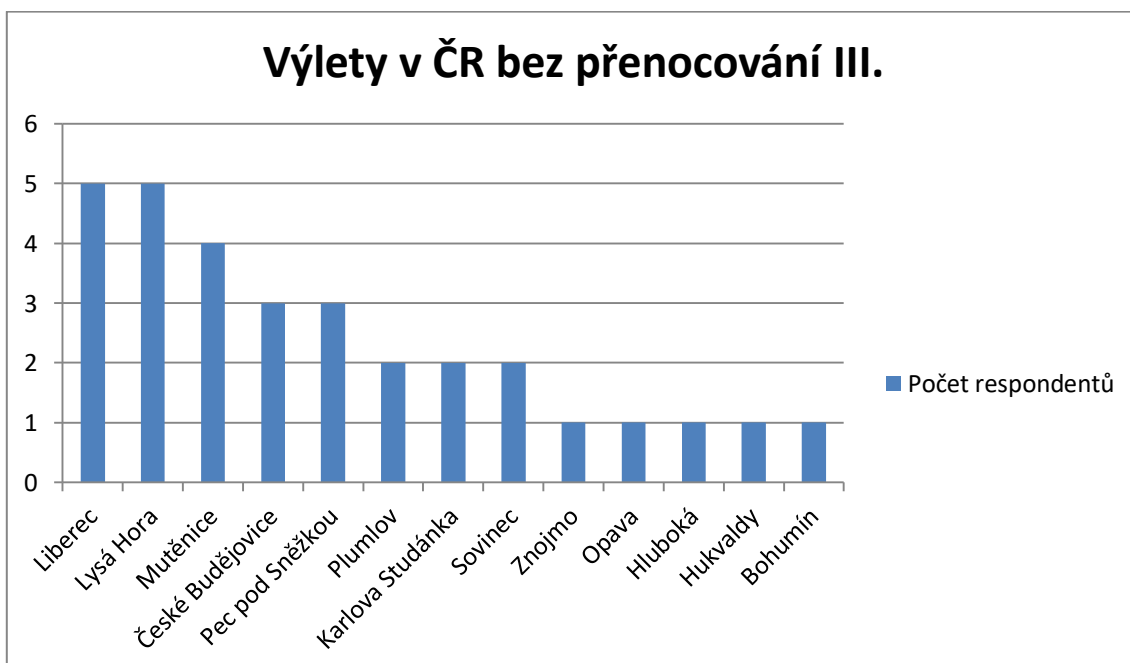
Obrázek č. 33: Navštívená města či místa bez přenocování I.

Na obrázku č. 34 jsou uvedeny města a místa, která byla našimi respondenty uvedena méně často, ale stále častěji než ta, jež jsou uvedena v grafu na obrázku č. 35. Jedná se tady o Macochu, která zde byla zmíněna 19x, Prostějov 17x, Jeseníky 12x, Šternberk 11x, Bouzov 10x, Mikulov 8x, Plzeň 4x, Štramberk 3x, Přerov 3x, Karlovy Vary 3x a Beskydy také 3x.



Obrázek č. 34: Navštívená města či místa bez přenocování II.

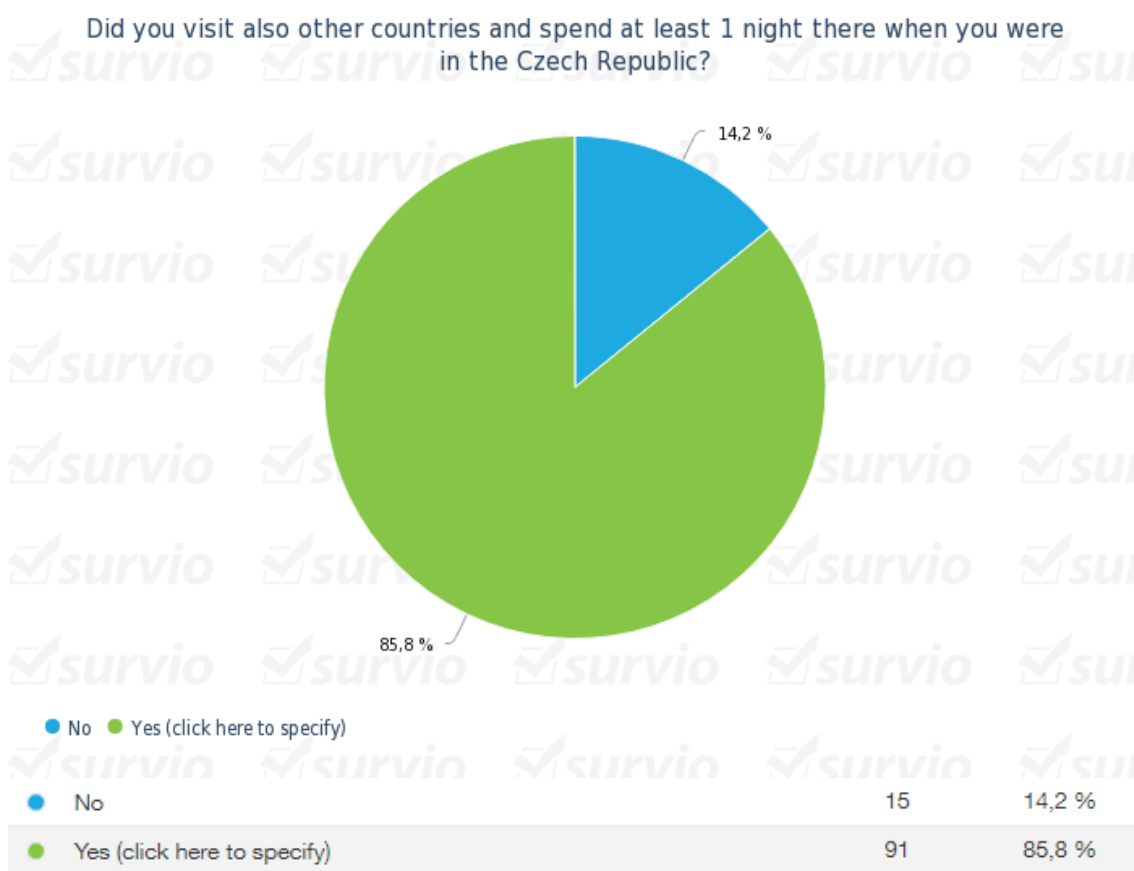
Následující obrázek č. 35 zaznamenává nejméně krát zmíněná města a místa v souvislosti s otázkou č. 19. Mezi respondenci se tak objevil Liberec a to celkem 5x, Lysá Hora také 5x, Mutěnice 4x, České Budějovice 4x, Pec pod Sněžkou 3x, Plumlov 2x, Karlova Studánka 2x a taktéž i hrad Sovinec. Pouze jednou zde respondenti zmínili Znojmo, Opavu, Hlubokou, Hukvaldy a Bohumín.



Obrázek č. 35: Navštívená města či místa bez přenocování III.

Návštěva jiných států s přenocováním

Předmětem otázky číslo 20 bylo zjistit, zda během pobytu v Olomouci respondenti navštívili i jiné státy a to minimálně na jednu noc. Jak je z grafu na obrázku č. 36 patrné 85,8 % z dotázaných odpovědělo, že se v rámci vícedenního výletu za hranice ČR vydali, zatímco 14,2 % respondentů uvedlo, že do jiných států s přenocováním nevycestovali. Stejně jako u předchozích otázek, tak i v této, v případě kladné odpovědi respondenti museli dále rozvést místa, která navštívili. Této rozvinuté odpovědi se budeme více věnovat dále.



Obrázek č. 36: Návštěva jiných států s přenocováním.

Specifikace navštívených zahraničních států s přenocováním

Stejně jako u předchozích otázek, budeme rozvinuté odpovědi našich respondentů prezentovat pomocí dvou následujících grafů na obrázcích č. 37 & 38. Nejčastěji zmiňovanou zahraniční destinací, kterou dotázaní navštívili na minimálně jednu noc, se stalo Německo, jež zde bylo uvedeno celkem 48x, dále pak Polsko 44x, Rakousko 42x, Slovensko 35x, Maďarsko 34x, Slovinsko 27x, Francie 20x, Itálie 14x, Chorvatsko 12x a Španělsko 9x.



Obrázek č. 37: Navštívené zahraniční státy s přenocováním I.

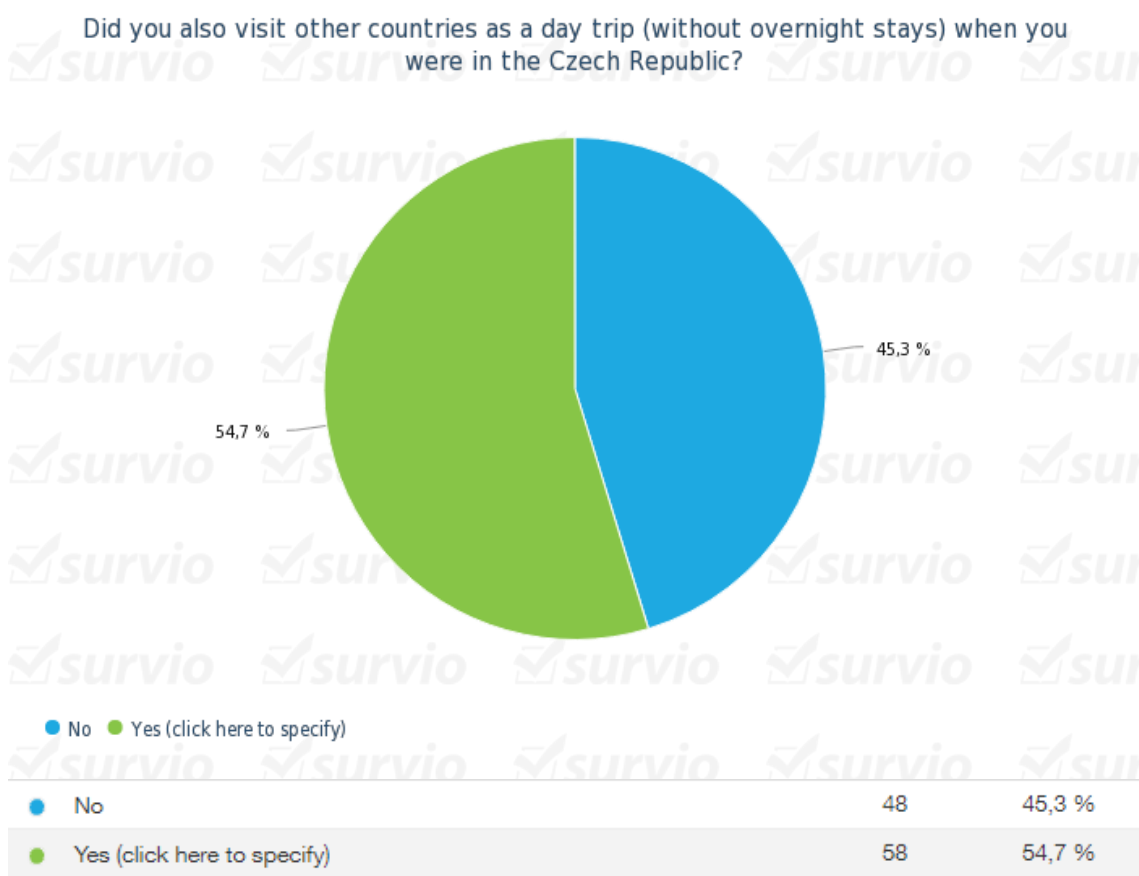
Následující graf na obrázku č. 38 znázorňuje pokračování nejčastěji navštěvovaných států, do kterých se naši respondenti vydali alespoň na jednu noc. Švýcarsko se tak v odpovědích objevilo 7x, Holandsko 6x, Finsko 5x, Anglie a Belgie 4x, Švédsko 3x, Ukrajina 3x, Rusko 2x, Irsko 2x a Řecko s Norskem 1x.



Obrázek č. 38: Navštívené zahraniční státy s přenocováním II.

Návštěva jiných států, v rámci jednodenního výletu (bez přenocování)

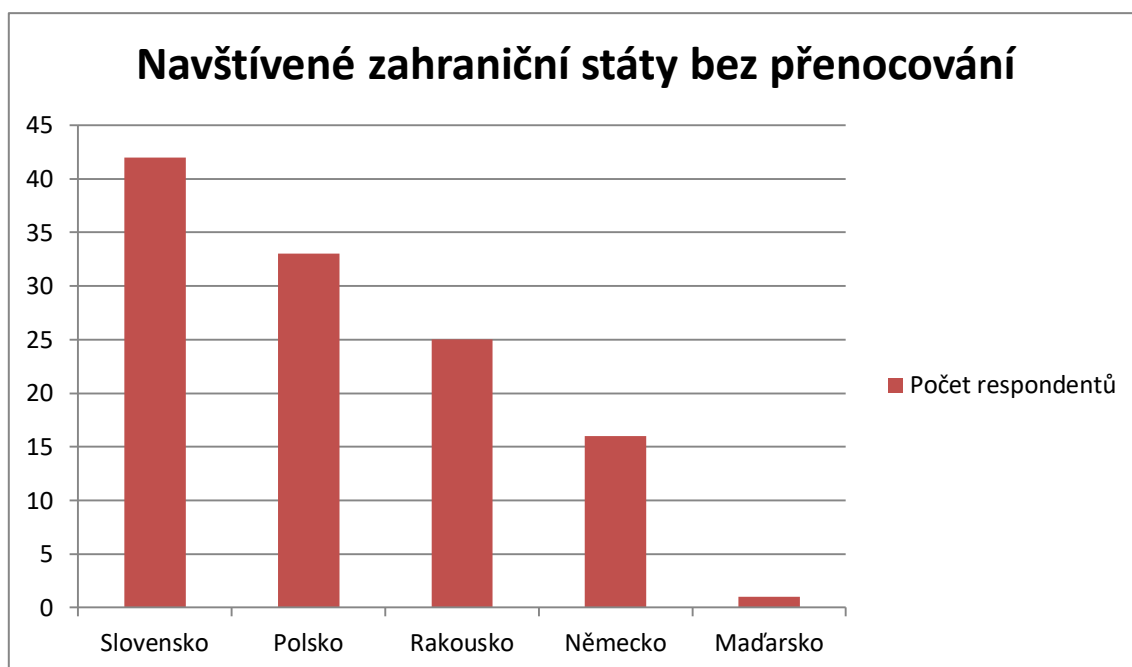
Stejně jako v té předchozí, jsme se i prostřednictvím této otázky snažili zjistit, zda naši respondenti vycestovali během jejich pobytu v Olomouci i do jiných států a to v rámci jednodenního výletu (bez přenocování). Na níže uvedeném obrázku č. 39 je možné vidět, že 54,7 % dotázaných vyjelo v rámci jednodenního výletu za hranice ČR a 45,3 % respondentů uvedlo, že nikoliv. Design otázky byl stejný jako u té předchozí (otázka č. 20), tudíž pokud respondenti odpověděli kladně, měli tak prostor pro bližší specifikaci zemí, do kterých se vydali. Rozvinuté odpovědi jsou dále blíže popsány a znázorněny grafem na obrázku č. 40.



Obrázek č. 39: Návštěva jiných států bez přenocování.

Specifikace navštívených zahraničních států bez přenocování

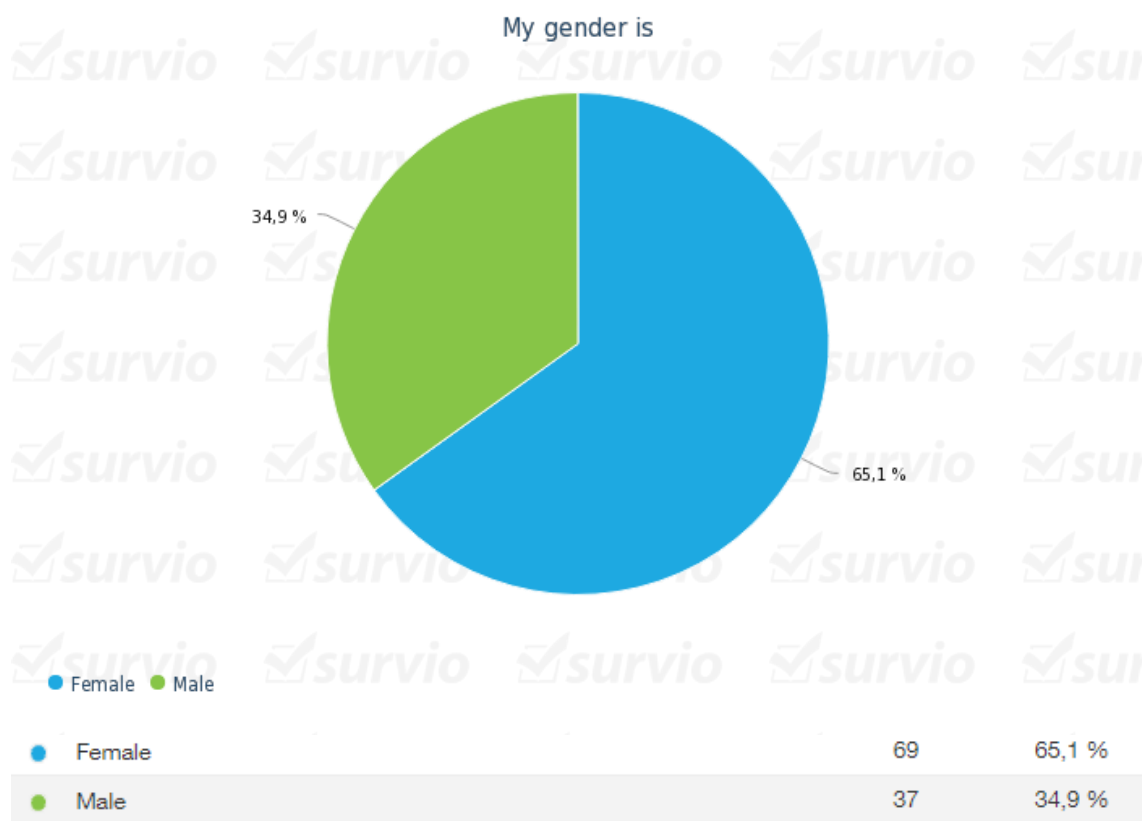
Počet navštívených zahraničních států v rámci jednodenního výletu nebyl pochopitelně tak různorodý, jako u předchozí otázky. Většinou se jednalo o naše sousední státy. Jak je uvedeno v grafu na obrázku č. 40, nejnavštěvovanější zemí pro jednodenní výlety se stalo Slovensko, které respondenti zmínili 42x, dále Polsko 33x, Rakousko 25x, Německo 16x a 1x zde byla zmíněna i jednodenní návštěva Maďarska.



Obrázek č. 40: Navštívené zahraniční státy bez přenocování.

Pohlaví

Nadcházející tři otázky, byly demografické a sloužily zejména k identifikaci výzkumného souboru. První z nich se zabývala zjištěním pohlaví respondentů. Jak je patrné z grafu na obrázku č. 41, výzkumný soubor tvořilo 65,1 % (69 dotázaných) žen a 34,9 % (37 dotázaných) mužů.

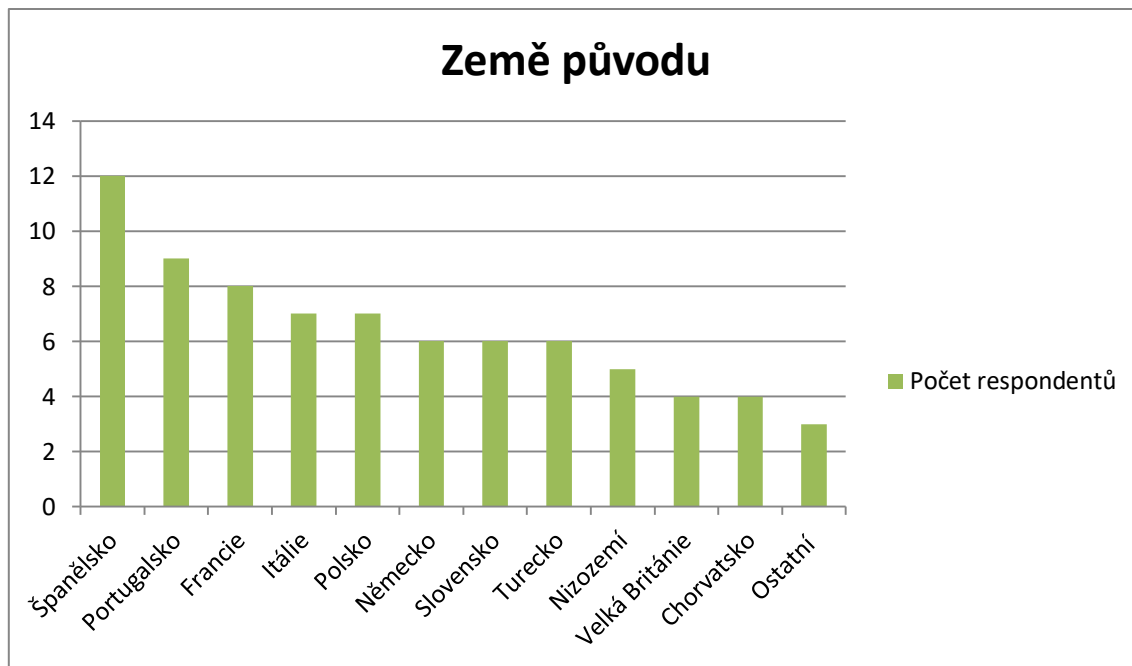


Obrázek č. 41: Pohlaví.

Země původu

Díky této otevřené otázce se nám podařilo zjistit národnost každého respondenta. Celkově se do výzkumu zapojili studenti z 28 především Evropských států, kterými byly Belgie, Bulharsko, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Chorvatsko, Irsko, Itálie, Kazachstán, Litva, Lotyšsko, Maďarsko, Maroko, Mexiko, Německo, Nizozemí, Norsko, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Řecko, Slovensko, Španělsko, Švédsko, Turecko, Ukrajina a Velká Británie. Podíl jednotlivých národností, můžeme vidět na následujícím obrázku č. 42. Největší zastoupení mezi nimi měli studenti ze Španělska, kteří tvořili 11 % z dotázaných. Druhou nejpočetnější skupinu tvořili s 9 % studenti z Portugalska. Jako třetími nejpočetnějšími byli studenti z Francie s 8 %. Na pomyslném 4. místě, co se do počtu týče, se umístili studenti z Polska a Itálie se 7 %. Zastoupení 6 % byli studenti ze Slovenska, Turecka a Německa. 4 % podílem se na našem výzkumu podíleli studenti z Holandska, Chorvatska a Velké Británie. Studenti z Irska, Norska, Belgie, Rakouska, Estonska a Bulharska se v rámci tohoto výzkumu podíleli 3 %. Litevští, finští a ukrajinští studenti tvořili 2 % dotázaných a 1 % z respondentů byli studenti z Dánska, Kazachstánu, Lotyšska, Maďarska, Mexika,

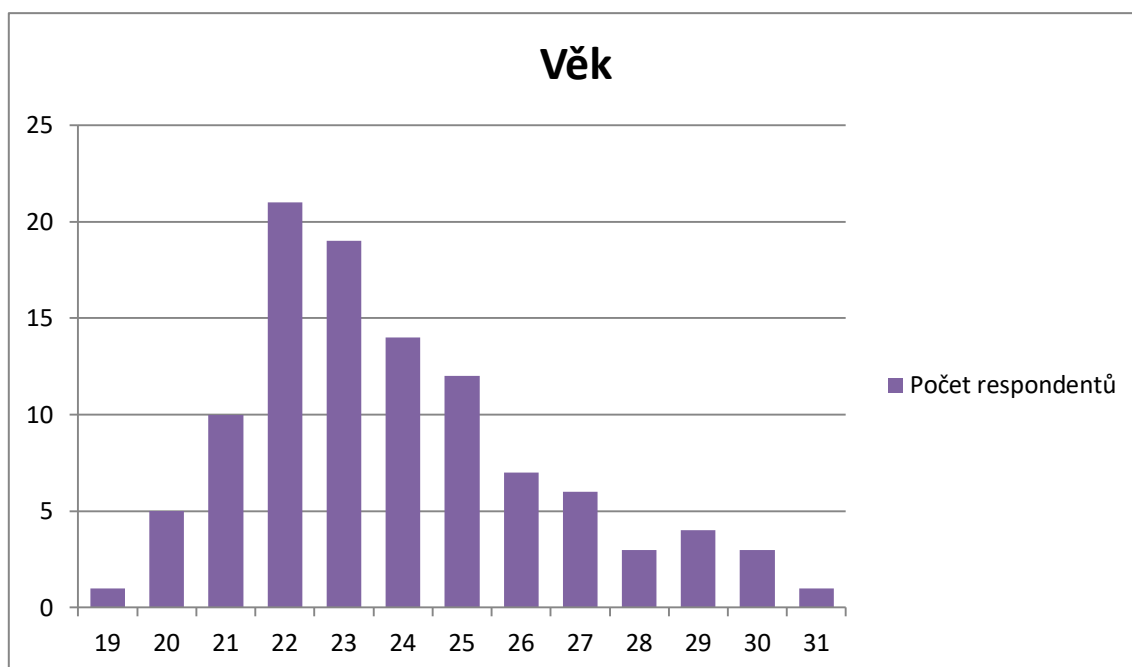
Řecka a Švédska. Z důvodu přehledného zpracování jsme v grafu na obrázku č. 42 země původu s podílem mezi 1 až 3 % souhrnně označili jako ostatní. Celkově se tak jednalo o 32 respondentů. Tabulku s přesným počtem zástupců každé participující země naleznete v přílohách v kapitole 11.3.



Obrázek č. 42: Země původu.

Věk

Jak je z grafu na obrázku č. 43 patrné, účastníci našeho výzkumu se pohybovali ve věkové relaci od 19 do 31 let. Nejpočetnější věkovou skupinu vytvořili studenti, kterým bylo 22 let. Jen pro představu tento věkový údaj uvedlo 21 dotázaných. Druhou nejpočetnější skupinou byli studenti ve věku 23 let (19 respondentů) a třetí nejpočetnější skupinou byli studenti, kteří jako svůj věk uvedli 24 let (14 dotázaných). Od sebe nejvíce vzdálený věkový údaj byl 19 a 31 let (tyto údaje dostaly každá po jedné responzi).



Obrázek č. 43: Věk.

6 DISKUZE

6.1 Oficiální statistiky a námi zjištěné údaje

Dle statistik města Olomouce tohle město za rok 2016 navštívilo 53 735 hostů s celkovým počtem přenocování 87 755 nocí. Za první pololetí roku 2017 Olomouc navštívilo 31 535 zahraničních turistů s počtem 53 875 přenocování. V akademickém roce 2016/2017, tedy od září 2016 do června 2017, v Olomouci v rámci programu Erasmus+ pobývalo 304 studentů. 65,1 % z dotázaných na UP studovalo jeden semestr, což je v průměru pět kalendářních měsíců, a to je v průměru 150 nocí na jednoho studenta. 34,9 % dotázaných v Olomouci pobývalo semestry dva, což je v průměru 10 kalendářních měsíců, které v průměru činí 290 nocí na jednoho studenta. K přesným údajům se bohužel nedostaneme, ale pokud bychom dále pracovali s výše uvedenými čísly, dospěli bychom k závěru, že studenti, kteří na UP studovali jeden semestr, tak celkově mohli v Olomouci strávit zhruba 10 350 nocí. Studentů, kteří v Olomouci studovali oba dva semestry, bylo sice méně, ale za předpokladu, že bychom odhadnutých 290 nocí vynásobili jejich počtem (37 dotázaných), dostaneme se na 10 730 nocí. V odhadu bychom tak mohli hovořit o 31 810 nocích, které nejsou evidované v žádné ze statistik zabývající se cestovním ruchem v Olomouci. Tato čísla, jsou, jak jsme již uvedli, pouze orientační. Domníváme se však, že je to velká škoda a bylo by rozhodně zajímavé, kdyby součástí plnění studijních povinností byl při odjezdu také krátký dotazník, který by studenti programu Erasmus+ museli vyplnit a byli tak zohledněni ve statistikách města Olomouce.

6.2 Služby v cestovním ruchu

Jak uvádí Schwartzhoffová (2013) jsou v cestovním ruchu hlavním předmětem ochodu a spotřeby služby. Z toho důvodu se několik otázek našeho výzkumu zabývalo právě zjišťováním, jak je to se studenty programu a využíváním služeb cestovního ruchu. Otázky byly mimo jiné zaměřeny na služby ubytovací, stravovací, dopravní, sportovně-rekreační a kulturně-společenské. Míru využívání služeb cestovního ruchu ovlivňuje výše finančních prostředků, kterými studenti disponují. Abychom se dostali blíže k pochopení, proč respondenti využívali služeb cestovního ruchu tak, jak využívali, zařadili jsme do našeho výzkumu také otázku, která se týkala právě toho, jak vnímali ceny v ČR. Konkrétně nás zajímalo, jak dotázaní vnímají ceny za stravování, ubytování, kulturu, dopravu, vstupné na turistické atrakce a za sport. Ve všech těchto uvedených kategoriích vždy získalo nejvíce

odpovědí tvrzení, že je v ČR levněji, než v domovských státech našich respondentů. To přímo ovlivnilo způsob využívání služeb cestovního ruchu.

V oblasti stravování dominovalo vaření doma, je ale nutné podotknout, že jako druhý nejčastější způsob stravování nebyla univerzitní menza, nýbrž restaurace. Tím bezesporu došlo k aktivní podpoře restaurací v Olomouci, mnohých místech ČR, ale i zahraničí.

Jelikož ubytovací služby představují základní podmínku pro rozvoj cestovního ruchu, týkala se jich i jedna z našich otázek. V kategorii ubytování tak byli nejpočetnější skupinou studenti, kteří bydleli na kolejích. Tohle zjištění pro nás nebylo překvapením, jelikož jsou koleje, obzvláště pro česky nemluvící studenty takzvanou cestou nejmenšího zla. Zajištění kolejí stojí studenty nejméně starostí. Na druhou stranu jsou již mezi přijíždějícími studenty takoví, co si Olomouc vybrali právě na doporučení od někoho, kdo již na UP studoval. Toto tvrzení potvrdilo 69 z dotázaných. Tím pádem není úplně nesnadné získat kontakty na potenciální ubytování v soukromí, které se předávají tak říkajíc „z generace na generaci“. Dalším důvodem pro volbu této možnosti ubytování je cena. To je další informace, kterou si mezi sebou studenti rozhodně předají. V dnešní době, kdy cena za koleje převyšuje cenu za pronajatý pokoj v soukromí, se tak studenti snaží hledat dostupnější alternativy, které jsou mnohdy lepší variantou. Tento způsob bydlení je sice možná pohodlnější než ubytování na kolejích, ale stále vyžaduje poměrně velkou zodpovědnost (poplatky za energie, komunikace s majitelem...). Pozoruhodná je však skutečnost, že třetí nejpočetnější skupinu vytvořili studenti, kteří po dobu svého Erasmu bydleli prostřednictvím Airbnb. Sice poměrně řídká, ale existující síť bytů a pokojů, které lze takto pronajmout, poukazuje na fakt, že se Olomouc stává perspektivní a moderní destinací. Je zcela zřejmé, že je bydlení přes Airbnb tou nejjednodušší variantou, obzvláště pro zahraničního studenta. Cena bytu či pokoje je právě kvůli velikosti města poměrně nízká – mnohdy nižší než cena za koleje, či privát, ale také fixní, takže se student nemusí starat o další náklady. Majitel takovéto nemovitosti, bývá většinou člověk, který mluví minimálně jedním světovým jazykem, má kladný postoj k zahraničním turistům (studentům) a orientuje ve světě generace Y.

Podle Kubátové a Kukulkové (2013) se do generace Y řadí jedinci narození v letech 1982 – 1994. Typickým rysem, kterým je tato generace vychovávána, je vštěpování, že ve svém životě mohou dosáhnout všeho, co chtějí. Další charakteristikou je neustálý přístup k různým druhům médií a technologií, což má za důsledek jejich vysokou informovanost a technickou zdatnost. Tento jev je zapříčiněn především rozvojem internetu, což vedlo ke globalizaci. Generace Y je považována za velmi

vzdělanou a jazykově vybavenou. Dalším typickým rysem je menší strach ze změn ve svém životě než generace před nimi.

Další důležitou službou cestovního ruchu jsou služby dopravní. Jak z našeho dotazníku vyplynulo, nejvyužívanějším typem dopravy se stala vlaková a hned za ní autobusová doprava. Vzhledem k množství responzí, (vlaková doprava 74 & autobusová doprava 71) si dovoluujeme tvrdit, že se tito studenti podílejí na využití a rozvoji dopravních služeb cestovního ruchu.

Mezi další ze služeb CR patří také služby sportovně-rekreační a kulturně-společenské. Dle odpovědí na otázku číslo 11, která se zabývala srovnáním cen, je možné předpokládat vliv na rozvoj i v těchto kategoriích služeb cestovního ruchu. V obou kategoriích totiž zaujalo okolo 90 % dotázaných určitý postoj k cenové dostupnosti sportu a kultury. To svědčí o tom, že téměř všichni dotázaní těchto služeb využívali, či minimálně jedenkrát využili a podpořili tak i rozvoj těchto služeb cestovního ruchu.

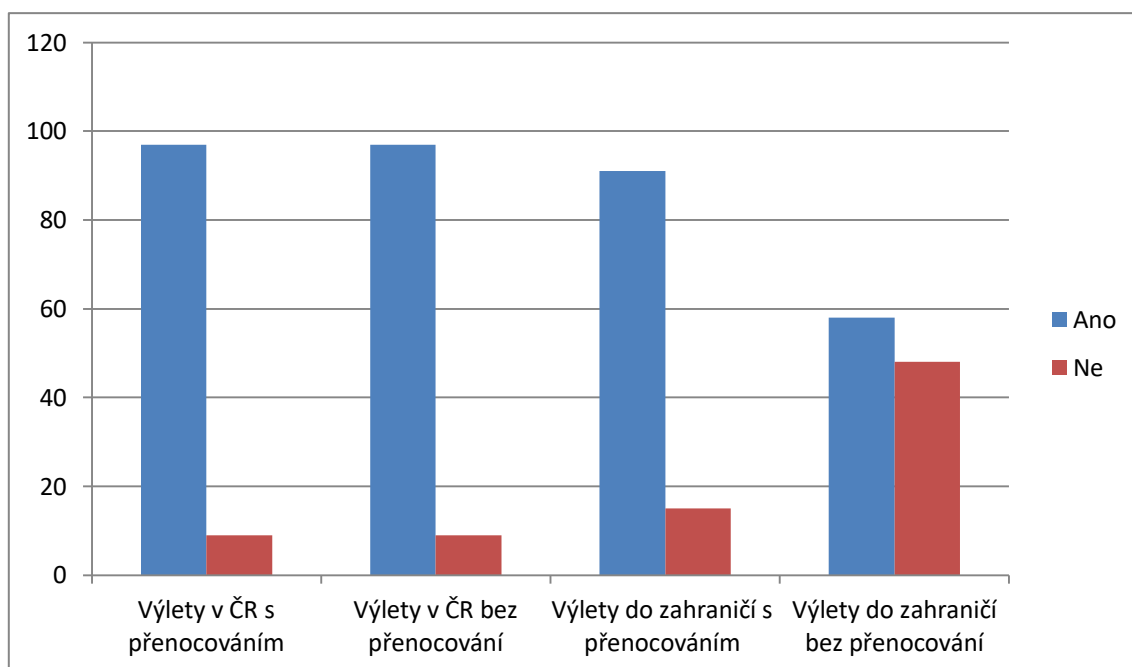
6.3 Multiplikační dopad na cestovní ruch v Olomouci

Pro rozvoj cestovního ruchu každé destinace je také důležité, zda návštěvníky ovlivnila natolik, aby se do ní chtěli vrátit, popřípadě aby ji doporučili dál. Proto jsme otázky tohoto typu také zařadili do našeho výzkumu. Pro Olomouc, jako destinaci cestovního ruchu, tyto výsledky dopadly velmi dobře. První z otázek, prostřednictvím které jsme se snažili zjistit, jak respondenti Olomouc vnímají, měla za úkol zjistit, jak by dotázaní ohodnotili město Olomouc jako destinaci cestovního ruchu. Výsledky ukázaly, že 60,4 % ji vnímá jako dobrou a 34 % dokonce jako velmi dobrou turistickou destinaci. Nikdo z dotázaných nevedl, že Olomouc vnímá jako velmi špatnou turistickou destinaci. Na otázku, zda by respondenti Olomouc navštívili znovu, odpovědělo 76,4 % rozhodně ano a 17,9 % odpovědělo, že spíše ano. Žádný z dotázaných nevedl, že by se do Olomouce rozhodně nevrátil. Dále nás zajímalo, co by bylo důvodem pro jejich opětovnou návštěvu. Jak jsme uvedli ve výsledkové části této práce, nejčastějšími důvody pro znovu navštívení byly památky, nově navázaná přátelství a ceny. Důkazem o dobrém mínění našich respondentů o Olomouci jsou také výsledky otázky č. 17, kdy 94,3 % dotázaných uvedlo, že by návštěvu Olomouce rozhodně doporučili. Tyto výsledky vnímáme jako velmi pozitivní a je třeba zvážit chování k zahraničním studentům jako celek. Evidentně jsou poměrně početnou skupinou, které se i navzdory ne úplně

vstřícnému přístupu, Olomouc jako turistická destinace líbí, rádi by ji navštívili znovu a i dále doporučili. Nevstřícný přístup podotýkáme z toho důvodu, že se přístup k zahraničním studentům a turistům v otázce č. 14 objevil, až na posledním místě. Celkově jej jako jeden z důvodů pro opětovnou návštěvu zmínilo pouhých 16 respondentů, což je ve vzorku 106 opravdu málo. Dalším multiplikačním dopadem jsou návštěvy, které po dobu svého studia respondenti přijali. Jak se ukázalo, téměř 87 % dotázaných mělo po dobu svého pobytu v Olomouci nějakou návštěvu. Z našeho šetření dokonce vyplynulo, že největší počet respondentů přijal návštěvu pěti a více osob, kteří se, jak je z výzkumu patrné, nejčastěji zdrželi 1 – 3 noci. Téměř 25 % dotázaných však uvedlo, že se jejich návštěvy většinou zdržely déle než 1 týden, což je poměrně dlouhá doba na cestování a objevování krás Olomouce, České republiky, ale i jiných zahraničních států. Předpokládáme tak, že tyto návštěvy, mají další přínos pro rozvoj cestovního ruchu.

6.4 Vliv studentů programu Erasmus+ na CR v jiných místech v ČR a zahraničí

Dalším důkazem, že studenti programu Erasmus+ mají vliv na rozvoj cestovního ruchu a to i v jiných městech, než v Olomouci je zjištění, plynoucí z otázek 18, 19, 20 a 21. Ve všech těchto otázkách totiž více než ½ dotázaných uvedla, že navštívili jiná města a místa v ČR s přenocováním i bez něj a stejně tak navštívili i jiné státy. Tyto počty jsou pro přehlednost znázorněny grafem a na následujícím obrázku č. 44. Všechny otázky byly zodpovězeny tak, že majoritní podíl dotázaných odpověděl ano (ano, někam jsem vycestoval). Jedinou výjimkou je otázka č. 21 (výlet do zahraničí bez přenocování), ve které sice stále převažuje počet dotázaných, kteří odpověděli, že někam vyjeli, ale jako v jediné z otázek, která se snaží zjistit vliv účastníků programu na CR i mimo Olomouc, se zde vícekrát objevila i záporná odpověď. To je ale pochopitelné, jelikož se v rámci jednodenního výletu za hranice dá stihnout poměrně málo, a proto jich mnoho pouze na 1 den žádný další stát nenavštívilo. Z důvodů výše uvedených, tak předpokládáme, že studenti programu Erasmus+ na UP v Olomouci mají vliv na rozvoj CR i v jiných místech ČR a zahraničí.



Obrázek č. 44: Výlety po ČR a do zahraničí

Na základě získaných dat, můžeme tvrdit, že studenti, kteří přijíždějí do Olomouce v rámci programu Erasmus+ přispívají k rozvoji cestovního ruchu jak v Olomouci, tak v celé České republice i zahraničních státech. A to hned z několika hledisek. Jelikož by většina respondentů Olomouc znovu navštívila i doporučila dál je prvním hlediskem propagace města, která vede k navyšování počtu turistů i studentů v budoucnu. Dalším hlediskem je využívání služeb cestovního ruchu a to jak studenty, tak i lidmi, kteří je každoročně přijíždí navštívit. Násobí se tak počty obsazených lůžek v ubytovacích zařízeních, roste počet prodaných jízdenek, či vypůjčených aut a zvyšuje se i obsazenost stravovacích zařízení.

7 ZÁVĚRY

Již od pradávna lidé věděli, že nejlepší zkušenosti mohou získat jedině, když opustí svoji zónu komfortu a vydají se na zkušenou do zahraničí. Důkazem toho, jsou například tzv. „cesty na zkušenou“ v rámci kterých se mladí lidé vydávali daleko od všeho všedního již v novověku. Cesty podnikali za studiem, či prací, což se velmi podobá dnešnímu konceptu programu Erasmus+.

Předkládaná diplomová práce je svým obsahem zaměřena na tento nejpobulárnější mobilitní program, kterým Erasmus+ je, jeho participanty a jejich vliv na cestovní ruch.

Cílem práce bylo zjistit, jak přispívají studenti, kteří přijíždějí na Univerzitu Palackého v rámci tohoto programu, k rozvoji cestovního ruchu v Olomouci. Dalšími výzkumnými otázkami jsme chtěli také zjistit, jaký je vliv účastníků programu Erasmus+ na UP na cestovní ruch v Olomouci, jaké služby cestovního ruchu tito studenti využívají, jaký je multiplikační dopad tohoto programu na CR v Olomouci a zda mají účastníci programu Erasmus+ na UP vliv na cestovní ruch i v jiných místech České republiky nebo v zahraničí.

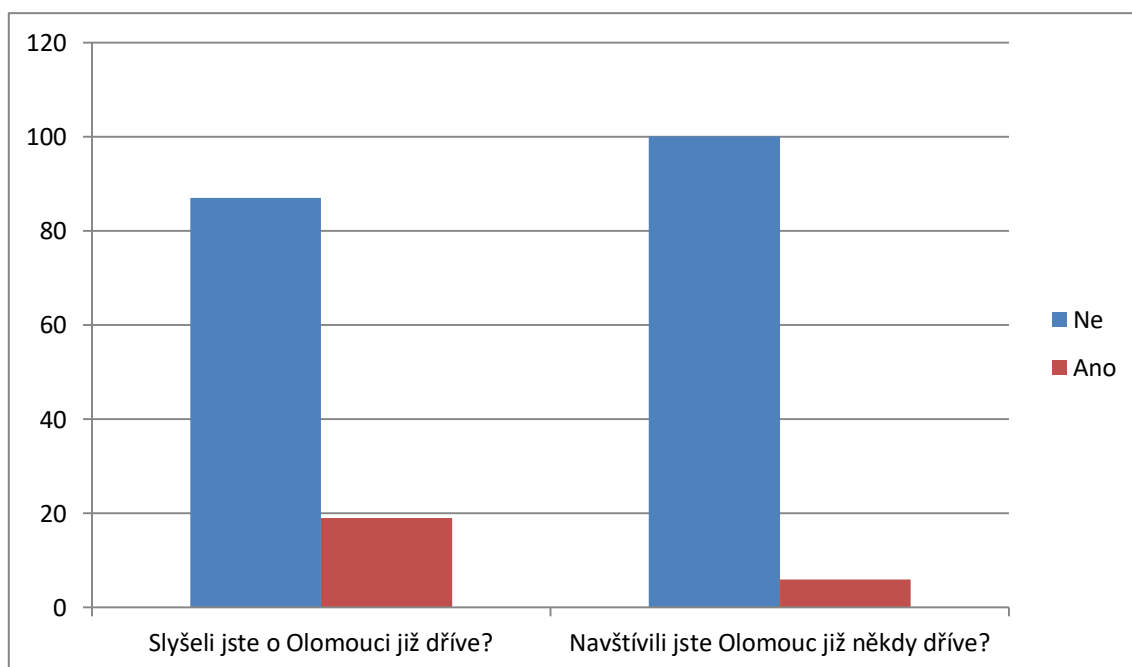
Data, která měla zjistit odpovědi na stanovené výzkumné otázky, byla sesbírána pomocí designu kvantitativního výzkumu, a to prostřednictvím dotazníkového šetření.

Dotazník byl umístěn na webovém serveru Survio.com v období října a listopadu 2017. Nevýhodou námi zvolené formy sběru dat je neosobní forma dotazování a poměrně malá návratnost dotazníků. V našem případě se nám podařilo získat data od více než 1/3 oslovených studentů.

Díky informacím, které jsme z dotazníku zjistili, jsme schopní potvrdit, že respondenti našeho výzkumu, kterými byli studenti, jež se v akademickém roce 2016/2017 zúčastnili programu Erasmus+ na UP v Olomouci, přispívají k rozvoji cestovního ruchu. Především se jedná o využívání služeb cestovního ruchu, kdy dotázaní uvedli, že nevyužívali ke stravování a ubytování pouze univerzitní menzu či koleje, také však aktivně využívali dopravních služeb, ale i půjčoven aut. Stejně tak přispěli k podpoře, sportovně-rekreačních a kulturně-společenských služeb cestovního ruchu. Dalším důvodem, proč si troufáme tvrdit, že tito studenti každý rok, tudíž nejen v roce námi zkoumaném, přispívají k rozvoji cestovního ruchu, je tzv. multiplikační efekt tohoto studijního programu. Konkrétně se jedná o další turisty, kteří navštěvují dané destinace, v záměru navštívit své blízké, kteří zrovna studují na daném místě v rámci programu Erasmus+. Z výzkumu vyplynulo, že téměř 90 % z dotázaných přijel někdo navštívit a nejčastěji se jednalo o pět a více osob. Na téměř všechny dotázané

udělala Olomouc velmi dobrý dojem a mají tak v plánu se do ní vrátit a doporučit ji dalším potenciálním návštěvníkům. Předpokládáme tak, že každoročně roste počet návštěvníků města Olomouce, České republiky ale i jiných států, které každoročně studenti tohoto programu navštíví, mimo jiné z tohoto důvodu.

Smyslem naší práce bylo zaměřit se na vliv studentů programu Erasmus+ na rozvoj cestovního ruchu. Práce vznikla jako touha autorky, která tento studijní program dvakrát absolvovala, zjistit zda právě díky programu Erasmus+ a jeho studentům dochází k rozvoji cestovního ruchu. K prosperující moderní zemi patří prosperující cestovní ruch. Existuje mnoho důvodů, proč lidé chtějí navštívit danou destinaci. Propagace destinace patří rozhodně mezi základní pilíře strategie pro rozvoj jakéhokoli místa. Žijeme v době rozmachu sociálních sítí a kybernetické reality, která nás at' chceme - nebo ne ze všech stran obklopuje. Je proto poměrně snadné destinaci prostřednictvím internetu propagovat a cílit tak na mladé lidi, kterými se naše práce zabývá. Je to právě tento druh propagace, ve kterém město Olomouc poměrně pokulhává. To plyne i z několika našich otázek, které, (jak je možné vidět na níže uvedeném obrázku č. 45), dokazují, že se o Olomouci ví opravdu málo. 87 ze 106 dotázaných odpovědělo, že o Olomouci dříve, než se dověděli o možnosti studia na UP, nikdy neslyšeli. Pouhých 19 respondentů uvedlo opak. Na otázku, zda již Olomouc v minulosti navštívili, odpovědělo 100 dotázaných, že nikoli a pouhých šest že ano.



Obrázek č. 45: Rozšířenost povědomí o Olomouci a předešlá návštěvnost

Nebudeme však na rozšířenost povědomí o Olomouci nahlížet tak černobíle, přece jen určité procento studentů o Olomouci slyšelo. Zajímalo nás tedy, proč si respondenti právě tohle město vybrali. Jak výzkum ukázal, nejčastější odpovědí se stala Univerzita Palackého, respektive odpověď „zajímavý studijní program“, který jako jeden z důvodů uvedli respondenti 80x (viz. obrázek č. 17). To svědčí o kvalitě studia a dobrém jménu naší univerzity, které je také díky studentům, kteří do Olomouce přijíždí právě díky programu Erasmus+, rozšiřováno po celém světě.

Za limity této práce lze považovat poměrně malý počet respondentů, kteří se zúčastnili našeho výzkumu. Malá návratnost vyplněných dotazníků byla zapříčiněna několika důvody. Jedním z těchto důvodů je fakt, že bylo těžké studenty zpětně kontaktovat. Někteří z nich již ukončili studium. Další bariérou vyplnění dotazníku byla ochota zapojit se do výzkumu. Jedním z dalších důvodů byly také nefunkční emailové adresy, které respondenti při jejich studiu na UP uvedli jako kontaktní. Přesto se domníváme, že výběrový soubor může reálně ilustrovat dopad studentů na cestovní ruch. Dalším limitem této práce je nemožnost provést komparaci počtu studentů/počtu přenocování v rámci programu Erasmus+ a počtu zahraničních turistů/počtu přenocování. Jelikož jsou statistiky města Olomouce zpracovávány v rámci kalendářního roku a zahraniční studenti v Olomouci pobývají v rámci roku akademického, je nemožné tyto dva segmenty porovnat.

Závěrem můžeme konstatovat, že výše uvedené výsledky dokládají aktuálnost a zajímavost řešeného tématu. Ukazují, že studenti přijíždějící v rámci programu Erasmus+ tvoří velkou část cizinců, pobývajících v Olomouci. Ve velké míře čerpají také služby cestovního ruchu, a to jak stravovací, ubytovací, dopravní, tak i služby sportovně-rekreační a kulturně-společenské. Navíc výsledky ukázaly, že studentské mobility mají i multiplikační dopad na cestovní ruch. Nebylo by tedy od věci, kdyby se dotazník podobného charakteru zařadil k povinným výstupům v rámci úspěšného ukončení každého studijního programu. Bylo by tak možné sledovat vývoj vlivu veškerých mobilit, nejen programu Erasmus+, na cestovní ruch v Olomouci.

8 SOUHRN

Předkládaná diplomová práce má za cíl poukázat na vliv, který mají studenti programu Erasmus+ na cestovní ruch v Olomouci. Tento vliv byl prokázán prostřednictvím výzkumu, který byl realizován pomocí dotazníkového šetření v rámci kvantitativního designu výzkumu.

Teoretická část se zabývá přehledem poznatků spojených s programem Erasmus a jeho historií, programem Erasmus+, jeho historií, současností a cíli. Dále pak faktory a motivy, jež ovlivňují mobilitu studentů. Jedna samotná kapitola je věnována přehledu poznatků z oboru cestovního ruchu a charakteristiky prostředí České republiky, v rámci které se zabýváme také postavením cestovního ruchu v národním hospodářství a situací v Olomouci.

Metodická část popisuje způsob sběru dat a zvolený design výzkumu. Stručně popisuje strukturu dotazníku a charakterizuje výzkumný soubor.

Výsledková část pak shrnuje všechny získané poznatky a zabývá vyhodnocením a interpretací výsledků dotazníkového šetření.

Na základě výsledků bylo zjištěno, že studenti programu Erasmus+ kladně ovlivňují rozvoj cestovního ruchu a to nejen na úrovni města Olomouce, ale i na úrovni celé České republiky i dalších zahraničních zemí.

9 SUMMARY

This thesis aims to highlight the impact of Erasmus+ students on tourism in Olomouc. This influence has been highlighted through the results of research obtained from a questionnaire survey.

The theoretical part deals with the overview of findings connected to the Erasmus+ program, factors and also motives that affect student mobility.

One chapter is devoted to the overview of tourism and the characteristics of the Czech tourism. It also deals with the position of tourism in the national economy and the situation in Olomouc.

The method of data collection is explained, discussed and a program designed. It briefly describes the structure of the questionnaire and characterizes the research group.

Results summarize all the acquired knowledge, evaluating and summarizing the results of the questionnaire survey.

Based on the results, it was found that the students of the Erasmus+ program positively influence the development of tourism, not only in the subject city of Olomouc but also at a national and international level.

10 REFERENČNÍ SEZNAM

- Beck, R. C. (2004). *Motivation: theories and principles* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Bedrnová, E., & Nový, I. (1994). *Psychologie a sociologie v řízení firmy: cesty efektivního využití lidského potenciálu podniku*. Praha: Prospektrum.
- Benckendorff, P., Moscardo, G., & Pendergast, D. (Eds.). (2010). *Tourism and generation Y*. Cabi.
- Beránek, J. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting.
- Blažková, M. (2002). *11 pokladů Čech a Moravy*. Praha: Albatros.
- Bodger, D. (1998). Leisure, learning, and travel. *JOPERD: The Journal Of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(4), 28.
- Boloňský Proces. Retrived 7. 10. 2017 from the World Wide Web: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/vysoke-skolstvi/bolonsky-proces-2>.
- Boorstin, D. J. (1987). *The image: a guide to pseudo-events in America* (25th anniversary ed.). New York: Atheneum.
- Botas, P. C. P., & Huisman, J. (2013). A Bourdieusian analysis of the participation of Polish students in the ERASMUS programme: cultural and social capital perspectives. *Higher education*, 66(6), 741-754. Retrieved 20. 9. 2017 from Web of science database on the World Wide Web: http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=OneClickSearch&qid=11&SID=X2LMFulLhtYWakYDzpG&page=1&doc=3#.
- Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis.

- Demeter, T., & Bratucu, G. (2014). Typologies of Youth Tourism. *Bulletin Of The Transilvania University Of Brasov. Series V : Economic Sciences, Vol 7(56), Iss 1, Pp 115-122 (2014)*, (1), 115.
- Erasmus+ overview. Retrived 24. 10. 2017 from the World Wide Web: <http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/>.
- ERASMUS+ EU programme for education, training, youth and sport. Retrived 24. 10. 2017 from the World Wide Web: http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about_en.
- Financování programu Erasmus+. Retrived 3. 9. 2017 from the World Wide Web: <http://oldwww.upol.cz/struktura-up/rektorat/useky-prorektoru/usek-pro-zahranici/oddeleni-mezinarodnich-vztahu/erasmus/studium/informace-pro-zajemce/>.
- Ghețe, A. M. (2015). The importance of youth tourism. *Annals Of The University Of Oradea, Economic Science Series*, 24(2), 688-694.
- Hendl, J. (2016). *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace* (Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání). Praha: Portál.
- Hesková, M. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy* (2., upr. vyd.). Praha: Fortuna.
- Holeček, M., Mariot P., & Střída M. (2013). *Zeměpis cestovního ruchu (3rd ed.)*. Praha: Česká geografická společnost.
- Horak, S., & Weber, S. (2000). Youth Tourism in Europe: Problems and Prospects. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 37-44. doi:10.1080/02508281.2000.11014923.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing.

- Houška, P. (2014). *Environmentální aspekty potenciálu území pro cestovní ruch* (Vydání I). Praha: Univerzita Jana Amose Komenského.
- Kašpar, J. (2011). *Aktuální trendy cestovního ruchu v kontextu řešení regionálních disparit*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze.
- Kolektiv autorů. (2015). *Kompendium schválených projektů 2015*. Praha: Dům zahraniční spolupráce. Retrieved 4. 5. 2017 from the World Wide Web:<http://www.naerasmusplus.cz/file/1959/Kompendium%20schválených%20projektů%202015.pdf>.
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2014). *Cestovní ruch a rekreace: organizace, řízení a marketing v destinaci*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Kubátová, J., & Kukelková, A. (2013). *Interkulturní rozdíly v pracovní motivaci generace Y*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Lesjak, M., Juvan, E., Ineson, E., Yap, M., & Axelsson, E. (2015). Erasmus student motivation: Why and where to go?. *Higher Education* (00181560), 70(5), 845. doi:10.1007/s10734-015-9871-0.
- Marek, I., a kol. (2014). *Strategie rozvoje cestovního ruchu města Olomouce 2014 – 2020*. Olomouc: m-ARK Marketing a reklama s.r.o. Retrieved 1. 11. 2017 from the World Wide Web: http://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/17_/17470/strategie_rozvoje_cr_14-20_analyticka_cast.cs.pdf.
- Messer, D., & Wolter, S. C. (2007). Are student exchange programs worth it?. *Higher Education*, 54(5), 647-663.

- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Retrieved 4. 10. 2017 from the World Wide Web:
<http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Informace-Udalosti/Celkove-vydaje-cestovniho-ruchu-v-narodnim-hospodarstvi-vzrostly-mezir>.
- Mozaika special 2014. Retrieved 4. 10. 2017 from the World Wide Web:
https://issuu.com/eurodeskcz/docs/mozaika_special_2014.
- Nakonečný, M. (2009). *Psychologie osobnosti* (Vyd. 2., rozš. a přeprac.). Praha: Academia.
- Nolen-Hoeksema, S. (2012). *Psychologie Atkinsonové a Hilgarda* (Vyd. 3., přeprac.). Praha: Portál.
- O programu Erasmus+. Retrieved 4. 5. 2017 from the World Wide Web:
<http://www.naerasmusplus.cz/cz/o-programu/>.
- Orieška, J. (1996). *Technika služeb cestovního ruchu* (4. čes. uprav. vyd.). Praha: Idea Servis.
- Pařík, D. (2015). *Analýza potencialů cestovního ruchu pro sportovní cestovní ruch na území Olomouce*. Bakalářská práce, Univerzita Palackého v Olomouci, Fakulta tělesné kultury, Katedra rekreologie, Olomouc.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Pitman, T., Broomhall, S., McEwan, J., & Majocha, E. (2010). Adult Learning in Educational Tourism. *Australian Journal Of Adult Learning*, 50(2), 219-238.
- Prague house. Retrived 6. 6. 2017 from the World Wide Web: <http://www.prague-house.eu/evropska-unie/fondy-eu-a-komunitarni-programy/komunitarni-programy/>.

- Punch, K. (2008). *Základy kvantitativního šetření*. Praha: Portál.
- Reichel, J. (2009). *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada Publishing.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). *Today's Youth Travellers: Tomorrow's Global Nomads: New Horizons in Independent Youth and Student Travel*. Amsterdam: International Student Travel Confederation. Retrieved 6. 6. 2017 from the World Wide Web: http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/FINAL_Full_Report.pdf.
- Ritchie, B. W. (2003). *Managing educational tourism* (Vol. 10). Channel View Publications.
- Rivza, B., & Teichler, U. (2007). The Changing Role of Student Mobility. *Higher Education*, 20(4), 457-475.
- Ryglová, K. Burian, M. Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing.
- Santamarta, J. C., & Mora-Guanche, A. (2015). Impact of Erasmus Master Programmes on Regional Innovation and Higher Education: The Case of The Canary Islands. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 191(The Proceedings of 6th World Conference on educational Sciences), 1255-1260. doi:10.1016/j.sbspro.2015.04.506.
- Selickaite, D., & Reklaitiene, D. (2015). Global impact of Erasmus Exchange students for Lithuania: When its success can be named. *Transformation In Business & Economics*, 14(2B), 534-547.
- Schwartzhoffová, E. (2013). *Služby v cestovním ruchu*. Univerzita Palackého v Olomouci.
- Statutární město Olomouc. Retrieved 9. 11. 2017 from the World Wide Web: https://www.olomouc.eu/administrace/repository/gallery/articles/13_/13377/statistika-ubytovani-1-pol-2017.cs.pdf.

- Szwacka-Mokrzycka, J., & Abutalibov, R. (2014). Creating the image of the university. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*.
- Top 10 European travel destinations for 2013. Retrieved 29. 10. 2017 from the World Wide Web: <https://www.lonelyplanet.com/europe/travel-tips-and-articles/top-10-european-travel-destinations-for-2013/40625c8c-8a11-5710-a052-1479d277ba3e>.
- UNWTO. (1991). Ottawa: The International Conference on Travel and Tourism Statistics in Ottawa. Retrieved 6. 5. 2017 from the World Wide Web: <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/part.pdf>.
- UNWTO. (2008). *Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel*, Madrid: World Tourism Organization. Retrieved 10. 10. 2017 from the World Wide Web : https://issuu.com/ldaly/docs/youth_travel_matters_report.
- UNWTO. (2011). *The Power of Youth Travel*. Madrid: World Tourism Organization. Retrieved 10. 10. 2017 from the World Wide Web : http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/amreports_vol2_thepowerofyouthtourism_eng_lw.pdf.
- UNWTO. (2016). *UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition*. Madrid: World Tourism Organization. Retrieved 30. 10. 2017 from the World Wide Web: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>.
- UP v Olomouci – základní informace. Retrieved 13. 10. 2017 from the World Wide Web: <https://www.upol.cz/univerzita/zakladni-informace/>.
- Venclová, K. (2015). *Geopsychologie a ekopsychologie v cestovním ruchu*. Gaudeamus.
- Výroční zpráva o činnosti Univerzity Palackého v Olomouci 2016*. (2017). Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. Retrieved 15. 9. 2017 from the World Wide Web: https://www.upol.cz/fileadmin/userdata/UP/urednideska/zakladni_dokumenty/VZC_UP_2016.pdf.

Vystoupil, J., & Šauer, M. (2006). *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita.

Vystoupil, J. (2007). *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. Brno: Masarykova univerzita.

Vzdělávací programy. Retrieved 5. 5. 2017 from the World Wide Web: <http://www.naep.cz/erasmus>.

WYSE Travel Confederation.(2013). *New Horizons III Executive Summary: A global study of the youth and student traveller*. WYSE Travel Confederation. Retrieved 2. 10. 2017 from the World Wide Web: <https://wysetc.files.wordpress.com/2013/09/newhorizonsiii-v7-execsummary-v4s.pdf>.

Zahraníční oddělení. Retrieved 19. 8. 2017 from the World Wide Web: <https://iro.upol.cz/erasmus/zakladni-informace/>.

Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu* (Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd.). Praha: Linde Praha.

Zygierewicz, Anna. 2016. The Erasmus+ Programme (Regulation EU No. 1288/2013): European Implementation Assessment. European Parliamentary Research Service. Retrieved 2. 10. 2017 from the World Wide Web: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/581414/EPRS_STU\(2016\)58141_4_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/581414/EPRS_STU(2016)58141_4_EN.pdf).

11 PŘÍLOHY

11.1 Seznam použitých zkratk

CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská Unie
LLP	Lifelong Learning Programme
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu Spojených národů
UP	Univerzita Palackého

11.2 Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Studenti celkem a zahraniční studenti	14
Obrázek č. 2: Studenti celkem a zahraniční studenti I.	15
Obrázek č. 3: Studenti celkem a zahraniční studenti II.	15
Obrázek č. 4: Počet zahraničních studentů	16
Obrázek č. 5: Zahraniční mobilita studentů.....	17
Obrázek č. 6: Očekávaný nárůst cest v oblasti mládežnického cestovního ruchu.	27
Obrázek č. 7: Důvod návštěvy zahraniční destinace.....	28
Obrázek č. 8: Kulturně-historický potenciál České republiky.....	29
Obrázek č. 9: Podíl cestovního ruchu na HDP	31
Obrázek č. 10: Statistika příjezdů a přenocování zahraničních turistů	33
Obrázek č. 11: Statistika ubytování 1. polovina 2017.....	34
Obrázek č. 12: Délka pobytu v Olomouci.	38
Obrázek č. 13: Fakulta.....	39
Obrázek č. 14: Byli jste už někdy před započítáním Vašeho pobytu v Olomouci?..	40
Obrázek č. 15: Slyšeli jste o Olomouci již dříve?.....	41
Obrázek č. 16: Byla Univerzita Palackého Vaše první volba?	42
Obrázek č. 17: Z jakých důvodů jste si zvolili právě UP?	44
Obrázek č. 18: Jaký dopravní prostředek jste nejvíce využívali?	45
Obrázek č. 19: Kde jste byli ubytováni během pobytu?.....	46
Obrázek č. 20: Kde jste se během pobytu obvykle stravovali?	48
Obrázek č. 21: Porovnání cen v ČR s Vaší zemí.	50
Obrázek č. 22: Olomouc jako turistická destinace.....	51
Obrázek č. 23: Zvažujete se do Olomouce vrátit?	52
Obrázek č. 24: Jaký by byl Váš důvod pro opětovnou návštěvu Olomouce?	53
Obrázek č. 25: Jiné – rozvinutá odpověď III.....	54
Obrázek č. 26: Kolik osob Vás po dobu pobytu přijelo navštívit?	55
Obrázek č. 27: Pokud jste návštěvy měli, na jak dlouho většinou přijely?	56
Obrázek č. 28: Doporučili byste návštěvu Olomouce?.....	57
Obrázek č. 29: Návštěva jiných měst, či míst v ČR s přenocováním.	58
Obrázek č. 30: Navštívená města či místa s přenocováním I.	59
Obrázek č. 31: Navštívená města či místa s přenocováním II.	59
Obrázek č. 32: Návštěva jiných měst, či míst v ČR bez přenocování.....	60

Obrázek č. 33: Navštívená města či místa bez přenocování I.	61
Obrázek č. 34: Navštívená města či místa bez přenocování II.	62
Obrázek č. 35: Navštívená města či místa bez přenocování III.	62
Obrázek č. 36: Návštěva jiných států s přenocováním.	63
Obrázek č. 37: Navštívené zahraniční státy s přenocováním I.	64
Obrázek č. 38: Navštívené zahraniční státy s přenocováním II.	64
Obrázek č. 39: Návštěva jiných států bez přenocování.	65
Obrázek č. 40: Navštívené zahraniční státy bez přenocování.	66
Obrázek č. 41: Pohlaví.	67
Obrázek č. 42: Země původu.	68
Obrázek č. 43: Věk.	69
Obrázek č. 44: Výlety po ČR a do zahraničí.	74
Obrázek č. 45: Rozšířenost povědomí o Olomouci a předešlá návštěvnost.	77

11.3 Počty respondentů podle země původu

Země původu	Počet respondentů
Belgie	3
Bulharsko	3
Dánsko	1
Estonsko	3
Finsko	2
Francie	8
Chorvatsko	4
Irsko	3
Itálie	7
Kazachstán	1
Litva	2
Lotyšsko	1
Maďarsko	1
Maroko	1
Mexiko	1
Německo	6
Nizozemí	5
Norsko	3
Polsko	7
Portugalsko	9
Rakousko	3
Řecko	1
Slovensko	6
Španělsko	12
Švédsko	1
Turecko	6
Ukrajina	2
Velká Británie	4

11.4 Dotazník

Your Erasmus+ experience

Dear Erasmus+ student,

please fill up this questionnaire, it will take you just few minutes.

① **How long did you stay in Olomouc? ***

- 1 semester (3 - 6 months)
- 2 semesters (6 - 12 months)

② **At what faculty did you study? ***

- Sts Cyril and Methodius Faculty of Theology
- Faculty of Arts
- Faculty of Medicine and Dentistry
- Faculty of Science
- Faculty of Education
- Faculty of Physical Culture
- Faculty of Law
- Faculty of Health Sciences

3 **Have you ever been to Olomouc before you studied there? ***

- No, this was my first time
- Yes

4 **In case you have been to Olomouc before, what was the purpose of your visit?**

Type an answer...

500

5 **Have you heard about Olomouc before you found out that there is a possibility to study there? ***

- Yes
- No

6 **Was the Palacky University your first choice? ***

- Yes
- No
- If not, what was your first choice (click here to specify)

7 **Why did you choose Olomouc? (Choose 3 reasons at maximum). ***

- Climate
- Because of the cultural heritage
- Beautiful nature
- Interesting study programme
- It was recommended to me (other students, friends, family)
- Because of high level of services

8 **What kinds of means of transport did you use the most? (Choose 3 kinds at maximum). ***

- My own car
- Rented car
- Bus
- Train
- Bicycle
- On foot
- Hitch-hiking
- Others, (click here to specify)

9 **Where did you stay during your study period in Olomouc? ***

- Hotel, guest-house
- Dormitory
- Private accommodation
- Hostel
- Others, (click here to specify)

10 **Where did you usually eat? ***

Assign 100 bodů



11 **If you should compare prices in the Czech Republic to your country's prices, prices in the Czech Republic are: (Always choose just one option). ***

	Similar	Cheaper	More expensive	Can't say
Food/dining	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accommodation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrances to touristic attractions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12 **How would you rate Olomouc as a touristic destination in terms of exploring natural and cultural sights? ***

- Very good
- Good
- Poor
- Very bad

13 **Would you visit Olomouc again? ***

- Definitely yes
- Rather yes
- Rather not
- Certainly not
- I do not know

14 **What would be the reason to visit Olomouc again? (Choose 3 options at maximum). ***

- Nature, climate
- Cultural and historical heritage
- Prices (in general)
- Quality of services (transport, restaurants, leisure time activities...)
- Attitude to tourists and overseas students
- Others, (click here to specify)

15 **How many people did come to visit you during your stay? ***

- 1 - 2
- 3 - 4
- 5 and more
- Nobody came to visit me

16 **In case you had some visitors, how long did they stay?**

- 1 - 3 nights
- 4 - 6 nights
- More than 1 week

17) **Would you recommend visiting Olomouc to other people? ***

- Yes
- No
- I do not know

18) **Did you go to other cities or places in the Czech Republic and stay there for at least 1 night? ***

- No
- Yes (click here to specify where you went to)

19) **Did you visit other cities or places in the Czech Republic as a day trip (without overnight stays)? ***

- No
- Yes (click here to specify what have you visited)

20) **Did you visit also other countries and spend at least 1 night there when you were in the Czech Republic? ***

- No
- Yes (click here to specify)

21) **Did you also visit other countries as a day trip (without overnight stays) when you were in the Czech Republic? ***

- No
- Yes (click here to specify)

22) **My gender is ***

- Female
- Male

23) **My nationality is ***

500

24) **Age ***

500