

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

Psychologie cestovního ruchu (Práce s emocemi jako součást seberegulace u průvodců v oblasti cestovního ruchu)

Bakalářská práce

Autor: Eliška Geislerová

Studijní obor: Management cestovního ruchu – anglický jazyk

Vedoucí práce: Mgr. Gabriela Slaninová, Ph.D.

Hradec Králové

Duben 2021

Prohlášení

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

V Hradci Králové dne 17.04.2021

Eliška Geislerová

Poděkování

Velmi ráda bych touto cestou poděkovala paní Mgr. Gabriele Slaninové, Ph.D. za cenné rady, odborné vedení, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnovala. Poděkování také patří všem respondentům, kteří se během rozhovorů ochotně podělili o své zkušenosti a názory.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá prací s emocemi a seberegulací u průvodců v oblasti cestovního ruchu. Její teoretická část je věnována objasnění základních pojmů souvisejících s emoční inteligencí, seberegulací, etikou a zvládnutím zátěžových situací v cestovním ruchu. Dále je v práci přiblížen význam emocí v interpersonálních vztazích s akcentem k vztahu pracovník – klient a jsou zde nastíněny copingové strategie. V praktické části se práce zabývá otázkou, jaké jsou zkušenosti konkrétních průvodců v cestovním ruchu s regulací vlastních emocí, které se u nich objevují v průběhu přímé práce s klientem. Pro výzkum byl zvolen kvalitativní design, který umožňuje hlouběji proniknout do dané problematiky. V poslední části práce je popsáno, jakými způsoby průvodci v cestovním ruchu pracují s vlastními emocemi a pocity během náročných situací. Jsou zde také uvedena některá doporučení, jak v takových situacích zvládat stres a hledat konstruktivní řešení.

Klíčová slova: emoce, emoční inteligence, seberegulace, etika v cestovním ruchu, průvodce, copingové strategie

Annotation

This bachelor thesis deals with the ways how tourist guides work with their emotions and self-regulation. Its theoretical part is devoted to clarifying the basic concepts related to emotional intelligence, self-regulation, ethics and coping with stressful situations in tourism. Furthermore, the work describes the importance of emotions in interpersonal relationships with an emphasis on the relationship worker - client and outlines coping strategies. In the practical part, this thesis deals with the question of what the experiences of specific guides in tourism with the regulation of their own emotions are, which appear in the course of direct work with the client. Qualitative design was chosen for the research, which allows a deeper penetration into the issue. The last part of the thesis describes the ways in which guides in tourism work with their own emotions and feelings during difficult situations. There are also mentioned some recommendations on how to manage stress in such situations and seek constructive solutions.

Keywords: emotions, emotional intelligence, self-regulation, ethics in tourism, guide, coping strategies

Obsah

1. ÚVOD	1
2. CÍL PRÁCE A METODIKA ZPRACOVÁNÍ	3
3. LITERÁRNÍ REŠERŠE	4
4. TEORETICKÁ ČÁST	5
4.1 Stav poznání a teoretický background	5
4.2 Teoretický popis cestovního ruchu	7
4.3 Vývoj cestovního ruchu.....	8
4.4 Služby v cestovním ruchu	9
4.5 Etika práce v cestovním ruchu	9
4.5.1 Etika v mezinárodním cestovním ruchu.....	11
4.5.2 Etika v marketingu cestovního ruchu.....	11
4.6 Aplikace etiky do cestovního ruchu	12
4.6.1 Etické kodexy v průvodcovské činnosti.....	12
4.7 Průvodce cestovního ruchu.....	13
4.7.1 Osobnost průvodce, požadavky na osobnost průvodce.....	14
4.8 Emoce a emoční inteligence v cestovním ruchu se zřetelem k osobnosti průvodce	15
4.8.1 Sebepoznání a sebereflexe jako součást emoční inteligence a dobré praxe pracovníka v cestovním ruchu.....	16
4.8.2 Schopnost seberegulace jako součást emoční inteligence a profese průvodce	17
4.9 Typologie účastníků cestovního ruchu	19
4.10 Náročné situace v cestovním ruchu.....	21
4.10.1 Postup při řešení náročných neobvyklých situací	22
4.10.2 Hledání konstruktivního řešení náročných situací v souladu s etikou práce průvodce	23
4.10.3 Strategie a zvládání zátěžových situací u průvodce v cestovním ruchu	24
5. VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ	25
5.1 Sběr informací a průběh šetření	26
5.2 Otevřené kódování	27
6. SHRUTÍ VÝSLEDKŮ	37
7. ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ	38
8. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ A LITERATURY	39
9. SEZNAM PŘÍLOH	42
9.1 Rozhovory v plném znění.....	42

1. ÚVOD

Tato bakalářská práce je věnována tématu „Práce s emocemi jako součást seberegulace u průvodců v oblasti cestovního ruchu“. Domnívám se, že každý, kdo pracuje jako průvodce v oblasti cestovního ruchu, se při své práci velmi často ocitá v situacích, kde velkou roli hrají právě emoce. Správný průvodce by dle mého názoru měl mít nejen rozvinutou emoční inteligenci a velmi dobře umět zpracovávat své vlastní emoce, ale také by měl vědět, jak správně reagovat na požadavky a emoce svých klientů. Proto jsem zvolila právě toto téma.

Emoce mají vliv na chování každého člověka. Někdo se jimi nechává ovlivňovat více, někdo méně. Aby nás přestaly ovládat, je třeba je poznat, pochopit a nalézt k nim vědomý přístup. Emoční inteligence má velký vliv nejen na úspěchy v soukromých a pracovních vztazích, ale také na naše psychické i fyzické zdraví a životní spokojenost. Tato práce se tedy bude zabývat různými způsoby, jak své emoce regulovat a jak využít znalost sebe samých ke svému prospěchu i k prospěchu našich komunikačních partnerů.

Z vlastních zkušeností vím, že při cestování se leckdy dostaneme do situací, ve kterých může být nejvýhodnější držet se následujících rčení „zachovat si chladnou hlavu“ a „vzít rozum do hrsti“. V emocích je obsažena tendence jednat. Umožňují nám rychle reagovat v nejasně strukturovaných situacích. Naši předci museli umět zareagovat v jediném okamžiku, byla to pro ně otázka přežití. Potíž spočívá v tom, že i v dnešní době máme občas tendence řešit situace emočním repertoárem. Rychlost naší reakce pak odpovídá způsobu, který byl efektivní při řešení krizových situací v dobách dávno minulých. Proto je z mého hlediska velmi důležité rozvíjet svou emoční inteligenci a schopnost seberegulace, jinými slovy sebeovládání a sebereflexe.

Práce s vlastními emocemi je jedním ze základních aspektů lidského fungování a komunikace vůbec. Zahrnuje specifické formování vlastních myšlenek, chování a pozornosti. Umožňuje nám, mimo jiné, přiměřeně reagovat na požadavky okolního prostředí. Pokud dokážeme porozumět svým vlastním emocím, pochopit odkud pramení a přiměřeně je zpracovat, pak také lépe porozumíme druhým lidem a jejich pocitům.

V případě nečekaných situací nám pak právě vlastní sebeovládání pomůže nacházet vhodná konstruktivní řešení nejenom ve prospěch náš vlastní, ale také ve prospěch druhých, například v rámci spolupráce s klienty. Mohou nastat situace, kdy je nutné hledat řešení přijatelné pro více stran. V takových případech bývá určitá míra emoční inteligence a schopnost

seberegulace potřebná ke klidnému a konstruktivnímu rozhovoru s druhými. Ve většině situací je totiž možné najít vyhovující řešení případných nedorozumění.

2. CÍL PRÁCE A METODIKA ZPRACOVÁNÍ

Cílem práce je popsat a na základě odborných pramenů analyzovat vybrané aspekty psychologie cestovního ruchu s akcentem k práci s emocemi jakožto součástí seberegulace u průvodců v oblasti cestovního ruchu a ve výzkumném šetření zjistit zkušenosti konkrétních průvodců s regulací emocí, které se u nich objevují v průběhu přímé práce s klientem.

Hlavní výzkumnou otázkou tedy je, jaké jsou zkušenosti průvodců v cestovním ruchu s regulací vlastních emocí, které se objevují v průběhu přímé práce s klientem.

Dílními výzkumnými otázkami pak jsou:

1. *S jakými situacemi, vyžadující regulaci vlastních emocí, se v rámci přímé práce s klientem setkávají průvodci cestovním v ruchu?*
2. *Jaké strategie zvládnání volí průvodci v cestovním ruchu v průběhu pracovních situací, které vyžadují regulaci emocí?*
3. *Jakou péči věnují průvodci v cestovním ruchu kontinuální podpoře seberegulace a dobré duševní kondice v jejich běžném životě?*

Výzkumné šetření je realizováno za využití kvalitativního výzkumného designu, metodou sběru dat je semistrukturované interview, data jsou analyzována za využití první fáze zakotvené teorie. Tato fáze bývá označována jako otevřené kódování. Jejím cílem je postupně vytvořit pojmy, které zachycují podstatu konkrétních analyzovaných jevů či událostí. Jedná se o pojmy abstraktní povahy, jelikož vyjadřují myšlenku, princip nebo zkušenost, platnou v různých událostech a situacích.

Teoretická část byla zpracována za využití sekundárních dat. Ta byla zkoumána jednak pomocí rešerše určitých tištěných zdrojů publikovaných odborníky, a také elektronických zdrojů volně dostupných na internetu.

V praktické části je za pomoci polostrukturovaných rozhovorů zjišťováno, jak s emocemi pracují jednotliví průvodci v cestovním ruchu. Autorka se soustředí například na to, s jakými situacemi, které obnáší využití seberegulačních mechanismů, se průvodci v oblasti cestovního ruchu setkávají, co jim při práci pomáhá v zátěžových situacích, jakým způsobem se snaží vypořádat se stresem, jak reagují na emoce svých klientů a jak průběžně pečují o svou dobrou psychickou kondici.

3. LITERÁRNÍ REŠERŠE

Při zpracování bakalářské práce byla významně použita tato díla:

ORIEŠKA, Ján. Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-30-9.

Tato učebnice byla velmi využívanou odbornou publikací. Jejím základem jsou průvodcovské služby a požadavky, které jsou na ně kladeny – tedy od tvorby itineráře přes jeho převzetí a vyúčtování, psychologickou přípravu až po vystupování průvodce a podobně.

VÝROST, Jozef; SLAMĚNÍK, Ivan. Sociální psychologie. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8.

V této publikaci jsou obsaženy základy, informace o vývoji a trendech v oboru sociální psychologie. Autoři zde pojednávají například o sociální inteligenci, sociálním chování, komunikaci a sociálních skupinách. Čtenáři jsou zde předloženy systematicky utříděné základní poznatky z dané problematiky. Kniha sociální psychologii představuje komplexním způsobem, a proto si ji autorka zvolila.

PALATKOVÁ, Monika. Management cestovních kanceláří a agentur. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 9788024737515.

V první části je tato kniha věnována legislativní úpravě činnosti cestovních kanceláří a agentur. Druhá část se zabývá teoretickými východiskem a funkčním pojetím managementu aplikovaného na cestovní kancelář. Předmětem třetí části je procesní řízení cestovní kanceláře a agentury. Je zde přiblížen proces nákupu a kompletace služeb, stanovení ceny, distribuce a komunikační podpory, čímž byla autorce přínosnou. Publikace obsahuje také příklady z praxe, které autorce rovněž pomohly pochopit některé jevy.

SCHULZE, Ralf; ROBERTS, Richard. Emoční inteligence. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-229-4.

Použití této publikace autorce sloužilo hlavně pro vysvětlení pojmů týkajících se emoční inteligence, které jsou potřebné pro pochopení tématu bakalářské práce. Kniha shrnuje poznatky z oblasti výzkumu emoční inteligence. Přibližuje základní myšlenky, koncepty, metody měření a aplikace emoční inteligence. Je zde obsažen výklad teoretických přístupů, jsou zde popsány jejich silné i slabé stránky a naznačeny závěry o stavu teorií. Velká pozornost je věnována formám měření emoční inteligence a jejímu praktickému uplatnění.

4. TEORETICKÁ ČÁST

V této části bakalářské práce jsou vysvětleny pojmy emoce a emoční inteligence, etika, sebepoznání a sebereflexe. Je zde přiblíženo pozitivní využití schopnosti v zacházení s vlastními emocemi při práci v cestovním ruchu, schopnost v jednání s druhými lidmi v pracovním týmu a v jednání s klienty. Dále jsou zde popsány možnosti konstruktivního řešení problémů a zátěžových situací, které mohou v cestovním ruchu nastat, v souladu s etikou.

4.1 Stav poznání a teoretický background

Podle Machače et. al. (1985) pojem emoce označuje procesy, které se odehrávají na základě psychických pochodů, sociální interakce a komunikace. Uvádí, že emoce zahrnují osobní zážitky libosti a nelibosti, jež jsou provázeny tělesnými projevy a změnami (např. změnou rychlosti dýchání, změnou srdečního tepu atd.), mimikou a gestikulací. Dále podle nich mají vliv na pohotovost a soustředěnost člověka. Informují o tom, že díky emocím člověk hodnotí skutečnosti, události a situace podle svého vnitřního rozpoložení a vztahu k hodnocenému, a také zaujímá určité postoje.

Dušánek (2020) hovoří o tom, že život každého člověka je po všech stránkách ovlivněn emoční inteligencí. Výše této inteligence a míra toho, jak dobře je člověk schopen odhadnout emoce a pocity ostatních lidí, určují podle něj rozsah toho, zda bude jeho život naplněn spíše pozitivními prožitky a vnitřním klidem nebo chaosem a napětím. Neméně důležitá je dle jeho názoru schopnost empatie, tedy schopnost porozumět emočnímu rozpoložení ostatních lidí a následně dovednost s nimi zacházet podle jejich emočních reakcí.

Dušánek (2020) dále zmiňuje, že být citově inteligentní znamená být schopen regulovat a vyjadřovat své emoce způsobem, který je v daný okamžik vhodný. Uvádí, že se jedná o schopnost rozpoznat, kdy je vhodné emoce plně vyjádřit a kdy je lepší udržet je pod kontrolou. Podotýká, že to však neznamená, že existují emoce, které by člověk neměl nikdy pocítit nebo by je měl být schopen zcela potlačit.

Špatenka (2020) vysvětluje, že emoce si lze těžko zakázat, je ale možné se naučit o ně dbát dříve, než se projeví bez vědomé kontroly. Domnívá se, že pokud si člověk uvědomí, že skutečně všechny emoce vyvěrají z jeho nitra, pochopí, že není možné je výběrově umrtvovat, ale také to, že mu mohou být velmi nápomocné. McKay et. al. (2020) zmiňují, že emoce a chování spolu bezesporu úzce souvisejí, a také, že silnější emoce vedou k výraznějšímu chování. Proto podle nich lidé, kteří se potýkají s obtížně zvládnutelnými emocemi, často obtížněji ovládají své chování.

„Příčinou a zdrojem nesnázi zacházení s negativními emocemi a myšlenkami je nevědomost. Tento typ nevědomosti je osobní a týká se povahy nevědomí. Týká se přístupu k pravdě, který není zprostředkován informacemi z vnějšího světa, ale tím, nakolik jsme si osvojili vědomou schopnost vstoupit do niterného dialogu s vlastní duší. A tady hrají právě emoce mnohdy rozhodující roli“ (Špatenka, 2020).

McKay et. al. (2020) uvádějí, že lidé často nevěnují dostatečnou pozornost tomu, jak se cítí, v důsledku čehož se v jejich nitru odehrávají důležité věci, o kterých vědí jen pramálo. Autoři tvrdí, že k tomu, aby byl člověk schopen ovládnout své intenzivní emoční reakce, musí nejprve zpomalit svůj emoční proces natolik, aby jej mohl prozkoumat. Díky tomu, že se člověk naučí rozpoznat, jak určité emoce a pocity ovlivňují jeho jednání, mu podle nich napomůže k uvážlivějšímu rozhodování.

„Naše aktuální emoce vznikají i na základě toho, jak jsme podobné situace zažívali v minulosti, jsou proměnlivé vlivem zkušenosti. Nejsme tedy jen loutkami našeho mozku – svoji zkušenost si tvoříme sami“ (Duchoňová 2020).

Pokud si člověk uvědomí, že nad sebou začíná ztrácet kontrolu, je podle Duchoňové (2020) vhodné pokusit se prudké pocity zastavit včas a prozkoumat je. Domnívá se, že člověk by své emoce neměl potlačovat – jde podle ní o to, naučit se je projevovat přijatelným způsobem, který není destruktivní. Zmiňuje, že někdy přívaly neregulovaných emocí přichází proto, že je člověk již delší dobu neprojevil a přiměřeně neuvolnil. Po určité době se dle jejího názoru negativní emoce nahromadí a člověk jim přestane rozumět. Uvádí, že právě proto je dobré s nimi stále zacházet vědomě.

Duchoňová (2020) dále hovoří o tom, že pokud se člověk naučí své pocity průběžně monitorovat, lépe si uvědomí, co se za nimi skrývá a jak s tím pracovat. Také se podle ní postupně naučí lépe vnímat emoce lidí okolo něj. Tvrdí, že mnohé hádky vznikají proto, že lidé své pocity vzájemně nesdílí a někdy je ani nedokáží rozpoznat, což vede ke vzniku různých mylných domněnek.

McKay et. al. (2020) se domnívají, že nechají-li na sebe lidé své emoce působit, posílí tím svou schopnost je přijímat a budou se jich méně obávat. Věří, že ať už člověk cítí cokoli, má k tomu vždy nějaké důvody. I když emoce mohou být bolestné, jsou podle nich oprávněné a opodstatněné. Autoři vysvětlují, že problém nastává ve chvíli, kdy je chování člověka založené na emocích, jelikož důsledky takového chování leckdy bývají ničivé. Druhým problémem spjatým s jednáním založeným na emocích je podle nich ten, že takové jednání posiluje původní

pocit, který člověk měl. Popisují, že člověku se většinou neuleví, ale jeho emoce ho ovládá ještě více. Uvádějí, že v takovou chvíli může být užitečné opačné jednání, kdy člověk uzná existenci emoce, ale zachová se opačně, aby emoci omezil nebo podpořili vznik nové.

Podle Dušánka (2020) je jedním z nejdůležitějších atributů emoční inteligence společenská obratnost. Vysvětluje, že se jedná o schopnost navázat a udržet vztah s druhými lidmi. Za stěžejní považuje komunikativnost, asociování, vytváření smyslu činností, řešení problémů pokusem a omylem, intuici, cit, celostní zaměření, umění efektivní spolupráce, umění jednat a vyjednávat s lidmi, umění vést a řídit druhé lidi, a také je motivovat k větším výkonům.

4.2 Teoretický popis cestovního ruchu

Horner a Swarbrooke (2003) uvádějí, že cestovní ruch lze definovat jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem příjemných činností.

Drobná a Morávková (2004) definují cestovní ruch jako činnost osoby, jež cestuje ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. Cestovní ruch lze podle autorek charakterizovat jako oblast spotřeby, při níž jsou uspokojovány lidské potřeby, jako je např. potřeba poznávání, odpočinku, potřeba kulturního a sportovního vyžití, lázeňské péče, neobvyklých zážitků atd. Dále uvádějí, že cestovní ruch můžeme také charakterizovat jako významnou součást národní ekonomiky, kterou tvoří řada podnikatelských aktivit v rámci zajištění účasti lidí na cestovním ruchu jako např. doprava, ubytovací, stravovací, průvodcovské služby apod.

Podle Palatkové a Zichové (2011) se v posledních několika desetiletích služby staly významnou součástí národního hospodářství i mezinárodního obchodu. Podíl služeb na tvorbě hrubého domácího produktu a celkové zaměstnanosti je podle nich jedním z nejdůležitějších indikátorů vyspělosti ekonomiky.

Zelenka a kol. (2005) uvádí, že velice důležitou součástí hromadného cestovního ruchu je průvodce, jelikož významným způsobem doplňuje služby poskytované cestovní kanceláří a dodavateli služeb o služby prostředníka, řešitele mimořádných situací, společníka, informátora a organizátora, a rovněž hlídá cenu a standard poskytovaných služeb. Dále zmiňují, že i v individuálním cestovním ruchu působí speciální průvodci (např. na hradech, zámcích, v galeriích apod.)

Novacká et. al. (2010) popisují průvodce cestovního ruchu jako osobu, která je schopná působit v praxi v rámci domácího i zahraničního cestovního ruchu s cílem prezentovat produkt cestovního ruchu přímo v terénu, v osobním kontaktu se zákazníkem. Tvrdí, že průvodce cestovního ruchu je reprezentant města, regionu nebo země, ve které provádí domácí nebo zahraniční turisty. Průvodce cestovního ruchu je podle nich osoba, která může vytvořit vhodnou atmosféru, aby se návštěvník cítil jako vítaný host a aby měl zájem vrátit se do daného místa znovu. Uvádí, že průvodce svým výkonem může úspěšně znásobit pozitivní úsilí daného podnikatelského subjektu, nebo naopak, svým konáním může vyvolat i negativní důsledky.

Hesková et. al. (2011) popisují, že na trhu cestovního ruchu u zákazníků rozhoduje a důležitou roli hraje image subjektů cestovního ruchu. Image je podle autorů tvořena mnoha faktory – celkovou úrovní služeb, spolehlivostí, vzhledem interiéru a exteriéru kanceláří, odbavovacích hal apod., přičemž tento vzhled a celkový dojem je v odvětví cestovního ruchu pro úspěch na trhu mnohem důležitější v porovnání s jinými službami.

4.3 Vývoj cestovního ruchu

Podle Palatkové a Zichové (2011) kořeny cestovního ruchu sahají hluboko do historie. Autorky informují o tom, že vývoj cestovního ruchu se posuzuje podle společensko-ekonomického vývoje v různých částech světa. Uvádějí, že v historii byl v nemalé míře ovlivněn průmyslovou revolucí, a to zejména v potřebě vzdělávání, v potřebě využití volného času, nebo rozvoji dopravy.

Palatková a Zichová (2011) tvrdí, že první náznaky cestovního ruchu je možné nalézt již v období renesance, ve kterém jednotlivci často podnikali cesty za poznáním do cizích krajů. Za zakladatele skutečného moderního cestovního ruchu je podle nich považován Angličan Thomas Cook, jenž roku 1841 zorganizoval první hromadný zájezd po železnici. Píše, že k hromadnému organizovanému cestovnímu ruchu ale dochází až ve 20. století.

Palatková a Zichová (2011) uvádějí, že v období do 1. světové války se cestovní ruch rozšiřoval hlavně v hospodářsky vyspělých zemích a týkal se především majetnějších vrstev. Po 2. světové válce podle nich dochází k masovému rozvoji cestovního ruchu a objevují se nové turistické destinace.

Pokud jde o Českou republiku, Čertík (2001) tvrdí, že po roce 1989 nastává tzv. „boom“ cestovního ruchu, a to jak v oblasti příjezdového, tak i výjezdového cestovního ruchu. Příčinou tohoto stavu podle něj bylo otevření hranic, odstranění administrativních překážek pro výjezdy

i příjezdy, zvědavost zahraničních návštěvníků, a také zájem českých občanů navštívit kapitalistické země.

Ryglová et. al. (2011) informují o tom, že v hierarchii potřeb člověka se cestovní ruch přesunul z oblasti potřeb nadstandardních a zbytných do oblasti potřeb běžných, jež jsou nedílnou součástí spokojeného života.

4.4 Služby v cestovním ruchu

Službami se v cestovním ruchu obecně rozumí ekonomická činnost osob, jejímž výsledkem jsou nemateriální hodnoty, které se pro spotřebitele služeb projevují jako užitečné efekty. Službu lze také charakterizovat jako proces vynakládání práce, při kterém nevzniká hmotný výrobek, ale užitný efekt. Službami cestovního ruchu jsou takové služby, kterými se zabezpečují potřeby účastníků cestovního ruchu. Z hlediska struktury se u služeb rozlišují následující úrovně (Kotler et. al., 2009):

- Jádru služby, představující základní užitek pro zákazníka
- Jevové prvky služby, které zahrnují kvalitu, čekací dobu, ochotu a profesionalitu, vystupování i vzhled kontaktních osob a personálu, interiéry cestovní kanceláře či hotelu, restaurace apod.
- Nadstavba (doplňk) služby – servis či reakce na nestandardní požadavky klienta, tj. celý proces následující po poskytnutí jádra služby

Mezi nejdůležitější podnikatelské subjekty poskytující služby v oblasti cestovního ruchu patří cestovní kanceláře. Podle Heskové et. al. (2006) je za hlavní činnost cestovní kanceláře považováno organizování, poskytování informací, nabízení a prodej komplexu služeb cestovního ruchu, zprostředkování jednotlivých služeb a prodej věcí souvisejících s cestovním ruchem. Hesková et. al. uvádějí, že v rámci své činnosti cestovní kanceláře spolupracují a navazují kontakty s dalšími subjekty, kontrolují kvalitu poskytovaných služeb, na základě zpětné vazby upravují svou nabídku, ovlivňují propagaci a rozvoj cestovního ruchu, poskytují důvěryhodné informace, vyhledávají a kombinují atraktivní nabídku turistických destinací a šetří čas klientům poskytnutím vhodné nabídky splňující jednotlivé požadavky.

4.5 Etika práce v cestovním ruchu

Stejně jako v jiných odvětvích podnikání, tak i ve službách cestovního ruchu se mohou vyskytovat neetické praktiky, neboť ve službách cestovního ruchu pracují lidé.

„Hotelnictví, cestovní ruch a lázeňství jsou do jisté míry instituce založené na tradici, kde se na jedné straně pěstuje konzervatismus a kde se současně vyžaduje profesionální přístup, kde nemá místo neprofesionalismus, amatérismus, povrchnost a odbývání práce“ (Seknička, 2001 s. 147).

Situace na trhu však často bývá jiná. Podle Sekničky (2001) aspekty neprofesionálního přístupu odnáší obvykle ve velké míře zákazníci služeb cestovního ruchu. Subjekty, které chtějí v této oblasti působit, by se podle něj měli zamyslet nad svým obchodním záměrem z hlediska etičnosti již na začátku svého podnikání. Tvrdí, že tyto subjekty by si měly položit otázku, zda mají schopnosti nebo kvalifikaci tuto činnost provozovat, nebo zda vůbec mají zájem poskytovat seriózní služby a pracovat na základě rozumné ekonomické úvahy. Každý takový začínající podnikatel by si podle autora měl upřímně odpovědět na tyto otázky a v případě negativní odpovědi by od svého podnikatelského záměru měl upustit. Domnívá se, že pokud tak neučiní, vystavuje se riziku, že se ve své činnosti bude pohybovat na hranici či za hranicí etického jednání, nebo dokonce, že bude jednat protizákonně.

Seknička (2001) uvádí, že někdy se však osoba podnikající v cestovním ruchu, která má zájem poskytovat seriózní služby, může dostat do etického konfliktu s klientem. Podle jeho názoru neetické problémy, ke kterým ve službách cestovního ruchu dochází, bývají výsledkem jednání a chování personálu a zákazníků a často jsou důsledkem protikladných hodnot, které zastává jednotlivec ve svém osobním životě, a které zastává v práci. Píše, že právě služby cestovního ruchu jsou specifické tím, že pracovníci jsou neoddělitelnou součástí těchto služeb. Etičnost v cestovním ruchu je podle Sekničky dána hlavně etičností osob, které v něm působí.

Šroněk ve své knize Etika podnikání s přihlédnutím k hotelnictví, cestovnímu ruchu a lázeňství (2004) uvádí několik přístupů, které by měly být samozřejmostí: základní slušnost, úcta k jiným, plnění všech sjednaných smluv a závazků, poskytování kvalitních služeb na všech úrovních, odpovědnost za vykonanou práci nebo uskutečněnou službu, a také důvěru mezi poskytovatelem služeb a zákazníkem. Pokud podle něj podnikatelé v cestovním ruchu budou ctít tato pravidla, budou jednat v souladu se zákonem a podle svého svědomí budou rozhodovat o tom, co je správné a co nikoli a budou-li mít seriózní přístup ke svému podnikatelskému záměru, pak se situace na hranici etiky budou vyskytovat jen minimálně. Podnikatel by si podle autora měl také uvědomit, že etické principy by měl dodržovat i v případech, kdy to pro jeho obchodní činnost není příliš výhodné.

4.5.1 Etika v mezinárodním cestovním ruchu

Podle Yvety Reisinger (2009) je etika v mezinárodním cestovním ruchu velmi důležitá, jelikož je spolu se sociální odpovědností základem pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu. Etické chování v cestovním ruchu podle ní vyžaduje pochopení a podporu etických hodnot, respekt k rozmanitosti náboženských a morálních přesvědčení, respektování sociálních a kulturních tradic a zvyklostí všech lidí (včetně menšin a původních obyvatel), ochranu přírodního prostředí a kulturního dědictví, ochranu účastníků cestovního ruchu před zločinem, napadením nebo jinými hrozbami, jako jsou například vadné výrobky či neetické chování obchodních zástupců.

Yveta Reisinger (2009) popisuje, že cílem je zaručení bezpečnosti, poskytování přesných a spolehlivých informací a ochrana zařízení cestovního ruchu. Uvádí, že etika v cestovním ruchu nabízí ochranu zaměstnanců před neetickými praktikami ve firmě, ochranu podniků před neetickým chováním zaměstnanců (např. poškozování dobrého jména firmy) a před neeticky jednající konkurencí, a zároveň ochranu společnosti a jejího systému hodnot.

4.5.2 Etika v marketingu cestovního ruchu

Podle Wheelera (1995) se každý, kdo pracuje v oblasti rozvoji cestovního ruchu, musí chovat eticky – ať už se jedná o velké organizace nebo jednotlivce. Uvádí, že etika v marketingu cestovního ruchu je velice důležitá, a to především pro efektivní segmentaci, vhodnou komunikaci, rozšiřování povědomí o charakteru turistických zdrojů a image destinace, a uvědomění si křehkosti životního prostředí. Informuje o tom, že neetické chování v některých činnostech má značný dopad na životní prostředí, který sahá od vymírání některých druhů divoké zvěře, přes erozi chodníků v národních parcích, až po ničení pobřeží způsobené rozvojem stavebnictví.

Yveta Reisinger (2009) zmiňuje, že velkým problémem v cestovním ruchu je poskytování nepravdivých informací jiným společnostem a zákazníkům. Například používání zavádějících informací v cestovních katalozích a zkrácených mediálních obrazů při propagaci cestovního ruchu je podle ní běžnou praxí. Podle Wheelera (1995) cestovní katalogy často slibují slunečné počasí, čistotu a nepřelidněnost v destinaci s cílem učinit ji přitažlivější pro potenciální návštěvníky. Z etického úhlu pohledu by se však podniky měly ujistit, že tyto jimi poskytované obrazy jsou v souladu s realitou.

Yveta Reisinger (2009) informuje o velkých odlišnostech jednotlivých národů v jejich vnímání a postoji ke klamavým informacím. Zatímco v některých asijských zemích (např.

Malajsie) je podle ní klamavá reklama přijatelná, ve většině západních zemí (např. Velká Británie a USA) je tomu naopak a klamavá reklama tu představuje velký problém.

4.6 Aplikace etiky do cestovního ruchu

Odvětví cestovního ruchu nejen vytváří pracovní pozice a ekonomické bohatství, ale může mít také negativní sociální a environmentální dopady. Leadlay (2011) uvádí, že pro zmírnění negativních dopadů cestovního ruchu a k prevenci vytváření dalších, je nezbytné důkladné vypracování norem etického chování a jejich následné dodržování všemi účastníky cestovního ruchu.

Jakubíková (2012) informuje o tom, že v oblastech cestovního ruchu je vypracováno mnoho etických kodexů, např. etický kodex pracovníka cestovního ruchu, kodex pracovníka informačního centra, kodex pracovníka cestovní kanceláře, kodex recepční/ho, číšníka, animátora, delegáta apod. Zmiňuje, že samotná existence etického kodexu ale ještě neznamená, že se pracovníci budou chovat eticky. Je podle ní důležité stanovit kritéria jeho vymahatelnosti, respektive sankcí za nedodržování ustanovení v něm obsažených.

Leadlay (2011) tvrdí, že velkou výhodou je vložení etických pravidel do základní obchodní strategie organizace, protože to potenciálně zvyšuje zisky daného podniku, efektivitu řízení, zlepšuje jeho image v očích veřejnosti a vede i ke zlepšení zaměstnaneckých vztahů.

4.6.1 Etické kodexy v průvodcovské činnosti

Rux (2007) popisuje průvodcovskou činnost jako doprovázení skupiny osob nebo jednotlivců, při němž je v jazyku dle jejich volby poskytován výklad o kulturním a přírodním dědictví, a zároveň je jim poskytována základní pomoc. Průvodcovská činnost podle autora zahrnuje široké spektrum specializací, které se liší rozsahem povinností vůči klientům a cestovní kanceláři. Uvádí, že do průvodcovské činnosti se řadí technický průvodce (neboli pendler), místní průvodce, odborný průvodce, tlumočník, animátor, delegát, horský vůdce, průvodce akcí lovecké turistiky, průvodce po jeskyních a průvodce po historických a kulturních památkách. Práce průvodce podle něj vyžaduje nejen znalosti, ale také určité povahové vlastnosti, chuť pracovat s lidmi a umění s nimi jednat, výbornou paměť, jazykové a řečnické nadání apod.

Čermáková (2012) vnímá průvodce jako osobu, která je v kontaktu s účastníky cestovního ruchu a jejich dojem z navštíveného místa či zájezdu se zčásti odvíjí právě od jejího chování a vystupování. I přesto se podle ní v průvodcovské činnosti objevují etické problémy. Uvádí, že neetické chování pro všechny specializace zahrnuje:

- ohrožení života, zdraví nebo majetku účastníků
- neetické chování vůči účastníkům (netaktnost, neslušnost, nezdvořilost, nerozhodnost, nedochvilnost, nepřesnost apod.)
- nedodržování závazného programu
- špatná organizace
- neposkytnutí potřebných či podstatných informací
- neschopnost řešit mimořádné události
- ignorace stížností či reklamací
- nevyhovění individuálním požadavkům

Zásadní význam pro předcházení těmto problémům má *Etický kodex Světové federace asociací turistických průvodců*. Je v něm nastíněna nutnost profesionálního chování průvodců, poskytování pravdivých informací o navštíveném místě, slušného jednání ke všem účastníkům cestovního ruchu, respektování a ochrana všech atraktivit včetně přírodního prostředí a reprezentace cestovního ruchu své země (The Code of Guiding Practice, 2012).

Rovněž Asociace průvodců ČR má vypracovaný vlastní *Etický kodex průvodce cestovního ruchu*, k jehož dodržování jsou v naší zemi zavázáni certifikovaní průvodci. Závažné porušení Etického kodexu je důvodem k odebrání certifikátu. V těchto záležitostech rozhoduje certifikační komise (Certifikace průvodců, 2016).

4.7 Průvodce cestovního ruchu

Autorky Drobná a Morávková (2004) ve své publikaci popisují průvodce cestovního ruchu jako osobu, která doprovází skupinu návštěvníků, obstarává potřebné informace pro hladký průběh cesty, ve zvoleném jazyce poskytuje odborný výklad o příslušné destinaci, o kulturní, přírodní či historické památce. Dále se podle nich průvodce řídí harmonogramem (itinerářem) zájezdu a dbá na to, aby byly řádně čerpány všechny objednané a zaplacené služby.

Seifertová (2013) ve své knize informuje o tom, že průvodci v cestovním ruchu hrají velmi významnou roli v oblasti reprezentace. Reprezentují podle jejího názoru především své město, region nebo zemi. Zmiňuje, že průvodce může výrazně ovlivnit názor a dojem klientů z navštívené destinace. Dále ve své knize uvádí, že průvodce je také zprostředkovatelem kultury a historie daného místa a leckdy i jediným přímým zdrojem informací o dané oblasti – především tedy o tamních tradicích a jiných zajímavostech, které se týkají navštíveného místa.

Novacká et. al. (2010) popisují průvodce jako osobu, která jistou měrou ovlivňuje ekonomiku státu tím, že pro ni vytváří jak ekonomické, tak i mimoekonomické efekty. Uvádí, že z pohledu ekonomického efektu to mohou být příjmy z cestovního ruchu; konkrétně tedy jde o příjmy z průvodcovské činnosti a druhou část pak tvoří nepřímé příjmy za jiné služby. Mimoekonomický efekt má podle autorů za výsledek spokojenost návštěvníků – jedná se hlavně o prezentaci lokality, regionu, města, podniku.

4.7.1 Osobnost průvodce, požadavky na osobnost průvodce

Hladká (1997) uvádí, že jelikož je průvodce cestovního ruchu v neustálém kontaktu s jeho účastníky, je pro něj důležité znát jejich psychiku, umět předvídat motivy jejich počínání, vytvářet a vést kolektiv a předcházet vzniku konfliktů a nedorozumění svou autoritou. Pokud se vyskytnou určitá nedorozumění, musí je průvodce podle jejího názoru řešit objektivně a svým chováním pozitivně působit na skupinu, aby se předešlo porušování a nedodržování společenských pravidel a právních předpisů.

Orieška (1999) zmiňuje, že kromě fyzické a psychické způsobilosti je pro průvodce velmi důležitá také jeho odborná způsobilost. Ta se podle něj projevuje na základě vědomostí průvodce – jeho znalostí a poznatků z dějin, ze současné kultury, z geografie cestovního ruchu, ze společenského poznání, a také z politického a ekonomického dění. Autor uvádí, že průvodce svým jednáním může utvářet názory o naší vlasti, jelikož žádným propagačním prostředkem nelze nahradit jeho přímý vliv. Oriška se domnívá, že k tomu, aby mohla být prohlídka památkového objektu, průběh pobytu či zájezdu úspěšný, je nezbytný bezchybný a kvalitní výklad průvodce. Na jeho projevu se podle Orišky ukáže jeho připravenost a odbornost. Tvrdí, že nestačí jen umět dobře hovořit, ale že je také důležité mít co povědět.

Ryglová (2009) popisuje, že mezi nejdůležitější charakteristické rysy průvodce patří znalosti a dobrá paměť, schopnost se orientovat, znalost jazyků, příjemné vystupování, řečnické nadání, přesnost a dochvilnost, optimistický přístup a umění komunikovat s lidmi. Zelenka (2005) vnímá průvodce cestovního ruchu jako osobu, která aktivně poznává historii, kulturu i zvyky a o tyto poznatky se pak dovede podělit s ostatními. Tvrdí, že předpokladem pro úspěšnou činnost průvodce jsou jeho schopnosti, vlastnosti, dovednosti a postoje.

Orieška (1999) ve své knize hovoří o tom, že je nutné, aby byl průvodce zdravotně způsobilý a v určité fyzické kondici. Průvodce by podle něj měl zůstat klidný a vyrovnaný, jelikož tím ovlivňuje psychiku jednotlivých návštěvníků. Zmiňuje, že by také měl umět navodit a udržet příjemnou atmosféru a samozřejmě mu nesmí vadit neustálý kontakt s lidmi. Uvádí, že

je důležité, aby průvodce svým chováním uměl účastníky udržet v dobré náladě, a to i v případě neočekávané, nepříjemné situace – např. při úrazu, při delším čekání na příjezd dopravního prostředku, v případě nepříznivého počasí apod. Dále je podle něj průvodce povinen projevovat zákazníkům náklonnost, navázat s nimi kontakt a co nejvíce si získat jejich důvěru.

Orieška (1999) informuje také o tom, že jelikož struktura skupiny účastníků bývá různorodá, je zapotřebí, aby měl průvodce individuální přístup k jednotlivým účastníkům a přizpůsobil techniky své práce dané skupině v závislosti na jejím složení. Podle něj je průvodce v každé situaci povinen dodržovat etické zásady a chovat se příkladně. Oriška dále zmiňuje, že průvodce se musí dokázat přenést i přes ty nejnáročnější situace, aniž by sklouzl k nedůtklivému či nezdvořilému chování. Podotýká, že platí zásada: „*čím méně je zdvořilý účastník, tím zdvořilejší musí být průvodce*“.

4.8 Emoce a emoční inteligence v cestovním ruchu se zřetelem k osobnosti průvodce

Orieška (1999) ve své knize hovoří o tom, že dobrý průvodce musí rozumět nejen sám sobě, ale i jiným lidem, jelikož průvodcovská činnost souvisí s množstvím psychologických problémů. K tomu je podle jeho slov zapotřebí určitý stupeň emoční inteligence, a také dobrá znalost psychologie. Ta je podle Zelenky (1995) v cestovním ruchu orientovaná na rozvoj sebepoznání a zdokonalování osobností pracovníků, na úspěšnou komunikaci, na psychologii skupin, a také na styl práce a originalitu průvodce. Za hlavní cíl považuje rozšíření vědomostí průvodce a zlepšení jeho komunikačních dovedností.

Jednou ze složek emoční inteligence, kterou by měl průvodce v cestovním ruchu mít značně rozvinutou, je společenská obratnost. Podle Vávrové (2012) společenská obratnost zahrnuje především schopnost zvládat vlastní emoce, umění odhadnout společenské vztahy, dobrou komunikaci a spolupráci s ostatními. Zmiňuje, že schopnost společenské obratnosti částečně zaleží také na tom, nakolik je rozvinutá schopnost empatie. Vysvětluje, že pokud se průvodce dovede vcítit do emocí ostatních lidí, může pak lépe přizpůsobit své chování a snáze řešit obtížné situace či nedorozumění. Společenská obratnost podle ní průvodci usnadní vedení, přesvědčování i smiřování lidí v zájmu týmové práce a spolupráce.

Vymětal (2008) informuje o tom, že při jednání s klienty je nepříjemné snižovat jejich hodnotu, dívat se na ně svrchu, jakkoli je ponižovat či odsuzovat, podceňovat je a zpochybňovat jejich schopnosti. Naopak je podle něj klíčové zvyšovat hodnotu ostatních, dát jim najevo svou úctu a respekt, umět je pochválit a povzbudit, jednat s nimi rovně a oceňovat jejich snahu a

úsilí. Dále je podle něj důležité umět klienty motivovat a pobízet je k odvaze do dalších kroků, pomoci jim, aby se neobávali rizika a dokázat jim vysvětlit vše potřebné.

Schulze a Roberts (2007) uvádějí, že průvodce by jistě měl být emočně vyspělý člověk, který se v interakci s dalšími lidmi umí dobře ovládat, v klidu vyjádřit naléhavost situace a jasně sdělit svůj pohled na věc. Vysvětlují, že tyto schopnosti průvodci umožňují nepoddat se subjektivním pocitům, které by mohly zapříčinit další potíže namísto konstruktivního jednání. Autoři se domnívají, že průvodci s vyšší úrovní schopností emoční inteligence komunikují poutavým a asertivním způsobem. Zdravá míra sebevědomí podle nich v klientech budí důvěru a napomáhá vytvořit pozitivní atmosféru. Dále zmiňují, že vyrovnaný, emočně vyspělý průvodce snáze řeší nastalé problémy. Těmito problémy podle nich mohou být jak komunikační nedorozumění, tak neočekávané a složité situace. Vysvětlují, že emočně vyspělý člověk se dovede oprostít od nepodstatných věcí a soustředit se na priority, což mu umožňuje jednat konstruktivně a nacházet východiska z případných kritických situací.

4.8.1 Sebepoznání a sebereflexe jako součást emoční inteligence a dobré praxe pracovníka v cestovním ruchu

Kuneš (2009) popisuje sebepoznání jako proces, během kterého člověk dochází k novým poznatkům o sobě samém a zjišťuje, jaké jsou kořeny jeho postojů, což mu umožní jim lépe porozumět a pochopit hlubší smysl svého jednání. Dále se podle autora jedinec také dozvídá, jak ho vnímají jiní a získává informace o tom, jak spolu souvisí jeho minulé zážitky a současné problémy.

Součástí tohoto procesu může být podle Kuneše (2009) vědomá sebereflexe, při které dochází ke zkoumání vlastních současných i minulých zážitků, uvědomění si postojů vůči sobě a k revizi vlastního stylu. Zmiňuje, že se zároveň jedná o průzkum nevědomé oblasti – tedy obranných postojů, rizikových emočních reakcí a problematických vzorců chování. Vysvětluje, že sebepoznání neznamena snahu proti něčemu bojovat, něco měnit či popírat, případně dělat věci jinak. Dle jeho názoru sebepoznání směřuje k lepšímu sebeuvědomění a uvědomění si vlastního potenciálu, a také k porovnání vlastního vnímání reality s vnímáním ostatních.

Sebereflexe je podle Hartla a Hartlové (2010) jakýmsi vnitřním dialogem, rozhovorem se sebou samým, během něhož si jedinec pokládá otázky ve snaze lépe porozumět sobě samému ve vztahu k sociální realitě. Zmiňují, že se jedná o jednu z možností sebepoznání, jež vede k lepší seberegulaci. Vysvětlují, že k té je zapotřebí určitá (alespoň minimální) míra sebepoznání, jejímž podstatným prvkem je sebereflexe. Hovoří o tom, že seberegulace se pak stává základem

regulace, která má biologický, sociální i psychický rozměr. Tvrdí, že seberegulace znamená schopnost člověka upravit své jednání, umění přizpůsobit se ostatním lidem, docílit shody svého jednání a prožívání s vytyčenými cíli nebo přijatými normami, a také schopnost regulace svého vnitřního světa, prožívání a chování.

4.8.2 Schopnost seberegulace jako součást emoční inteligence a profese průvodce

Stuchlíková (2002) informuje o tom, že pojem emoční regulace bývá používán k označení chování nebo myšlenek, které ovlivňují, jaké emoce a pocity lidé prožívají, a jak je vyjadřují. Zmiňuje, že jelikož emoce lze regulovat velkým množstvím způsobů, byl vytvořen procesuální model emocí, který napomáhá uspořádat studium emoční regulace. Uvádí, že tento model je zaměřen na procesy, kterými jsou emoce vytvářeny, a jsou v něm rozlišeny strategie emoční regulace. Tvrdí, že v tomto modelu jsou popsány dva směry, kterými může být nasměrováno úsilí o regulaci emocí.

První způsob regulace je podle Stuchlíkové (2002) zaměřený na spouštěcí předpoklady – jedná se tedy o regulaci, která je zahájena téměř ihned poté, co se emoce začne rozvíjet. Jako druhou variantu popisuje emoční regulaci zaměřenou na reakci, jež nastává ke konci procesu rozvoje emoce, nebo v případě, kdy na základě určité emoce již vzniká nějaká tendence k reakci.

Stuchlíková (2002) dále hovoří o tom, že v případné problematické stresující situaci může být regulace orientovaná na spouštěcí předpoklady emoce provedena výběrem aspektů situace nebo její interpretací způsobem, který ubírá na její emoční závažnosti. Tento proces podle ní často bývá označován jako přehodnocení. Zmiňuje, že někdy se například lze určité situaci vyhnout, nadcházející úkol pojmout spíše jako výzvu než hrozbu apod. Uvádí, že v některých případech regulační strategie mohou ovlivnit situaci jako takovou. Přístup zaměřený na předcházení rozvoje procesu emoce je podle jejích slov výběrem situace, což prakticky znamená vyhledávání určitých lidí a situací, či případné vyhýbání se jim na základě předpokladu o jejich emočním vlivu.

Jakmile se podle Stuchlíkové (2002) jedinec dostane do situace, která v něm vzbuzuje emoci, přichází chvíle, kdy je možné své emoce regulovat za pomoci modifikace situace. Autorka popisuje, že volba situace a její přizpůsobení člověku pomáhá definovat si ji v osobním kontextu. Nicméně podle ní lze emoce regulovat i bez přímé změny prostředí. Jako další možnost regulace uvádí zaměření pozornosti v určité situaci v zájmu ovlivnění svých vlastních emocí. Zmiňuje, že způsoby zaměřování pozornosti mohou být různé: od koncentrace na

neemocionální stránky situace až k odklonění pozornosti od bezprostředního dění. Hovoří také o tom, že emoční regulace orientovaná na odpověď nebo reakci se v průběhu emočního procesu objevuje později, což znamená, že i poté, co byla situace vybrána, uzpůsobena a myšlenkově zpracována, je stále ještě možné její emoční dopad měnit.

Jako další možnost regulace Stuchlíková (2002) uvádí tzv. kognitivní změnu, která je zaměřena na hodnocení situace z hlediska osobního významu. Za poslední moment pro regulaci považuje vlastní odpověď nebo reakci – například potlačení.

Stuchlíková (2002) píše, že lidé nejčastěji získávají kontrolu nad svými emocemi habituací, překrytím a vyhýbáním se.

Habituace podle Stuchlíkové (2002) označuje situaci, kdy často se opakující podnět přestane vyvolávat reakci. Jedinec si po čase zvykne, že se podnět objevuje. Jako příklad uvádí, že pokud se člověk přestěhuje do bytu v blízkosti nádraží, je pro něj zpočátku velmi rušivý tamní hluk. Setrvá-li však, dříve či později si podle autorky uvědomí, že hluku přestal věnovat pozornost. Popisuje, že velmi podobné je to při práci s emocemi. Lidé dle jejího názoru mohou využít habituace k regulaci emocí jejich opakovaným zažíváním takovým způsobem, aby snížili sílu emoce při další expozici (např. postupné snižování trémy – rozdíl v trémě před první a dvacátou zkouškou / schůzkou atd.).

Druhým, o něco méně přímým způsobem kontroly emocí je podle Stuchlíkové (2002) jejich zamaskování operantním chováním, které odpovídá naprosto odlišnému rozpoložení. Uvádí, že většina lidí dokáže své emoce částečně skrýt, překrýt chováním, které neodpovídá tomu, jak se cítí. Přesto podle ní ale takovéto maskování často bývá čitelné. Zmiňuje, že ačkoli skutečné pocity nebývají překrytím příliš ovlivněny, někdy si lze povšimnout, že maskující operantní vystupování pozmění i je.

Jako třetí techniku, využívanou ke kontrole emocí, Stuchlíková (2002) uvádí prosté vyhýbání se situacím, které je vzbuzují. Vyhýbání se dle jejího názoru představuje efektivní způsob kontroly emocí. Domnívá se, že přiměřené užití zmíněných způsobů regulace ve výsledku přináší kontrolu nad vlastními emocemi, jež je znakem emocionální zralosti. Zmiňuje také to, že kontrola emocí hraje důležitou roli, co se týče duševního zdraví, jelikož ho může ovlivňovat jak pozitivně, tak i negativně.

4.9 Typologie účastníků cestovního ruchu

I přesto, že se lidé navzájem liší svými osobními vlastnostmi, existují skupiny lidí s převažujícími společnými, pro ně charakteristickými vlastnostmi. Skupiny s určitými podobnými vlastnostmi můžeme očekávat i u účastníků cestovního ruchu. Pro průvodce je proto důležité (Orieška, 1999):

- vědět, které typické vlastnosti se mohou u klientů vyskytovat,
- rozpoznat typické znaky, kterými se v jednotlivých skupinách projevují navenek,
- naučit se tyto znaky odlišovat,
- umět se rozhodnout, jaký způsob chování a konání ve vzájemné interakci se zákazníkem pokládat za optimální.

Pro nalezení nejvhodnějšího způsobu chování k určitým typům klientů jsou potřebné nejen vědomosti z aplikované psychologie, ale také víceletá praxe. Ani tak ale nemusí být úspěch zaručen. Psychologické a praktické poznatky umožňují lépe rozeznávat různé typy účastníků. Klasifikačním hlediskem může být temperament klienta, jeho povaha a z toho vyplývající způsob jeho chování, dále také věk, pohlaví, původ a případně další hlediska. Zkušený průvodce je schopný odhadnout klienta zpravidla již při prvním setkání s ním. Podle toho pak volí způsob svého chování (Orieška, 1999).

Horner a Swarbrooke (2003) hovoří o tom, že zkoumání chování a zvyklostí návštěvníků v destinaci vedlo (především) sociology ke snaze o jakousi syntézu a zobecnění. Výsledkem této snahy jsou podle nich různé typologie a klasifikace turistů, které však málo kdy bývají podloženy empirickými výzkumy. Zmiňují, že například sociolog Cohen (1979) dělí turisty na čtyři základní typy:

- Organizovaný masový turista – osoba, která dává přednost organizovaným zájezdům do zavedených destinací (často přímořských letovisek). Ubytování volí v hotelových resortech, které uspokojují většinu jeho potřeb. Většina služeb je součástí kupovaného balíčku (package).
- Individuální masový turista – člověk, který má rád svobodu pohybu a v rámci balíčku si kupuje pouze některé služby, nicméně se drží hlavních turistických tras a navštěvuje nejdůležitější atraktivitu destinace.
- Turista – průzkumník (objevitel) – svou cestu si plánuje sám a nevyužívá služeb cestovních kanceláří. V navštívené destinaci preferuje kontakt s místními obyvateli

a vyhýbá se místům hojně navštěvovaným jinými turisty. Důležitá je pro něj autenticita prostředí, ale zároveň vyžaduje určitou úroveň komfortu a bezpečnosti.

- Turista – tulák – jedinec, který se vymezuje vůči turistickému průmyslu. Navštěvuje turisticky dosud neobjevené destinace, vyhledává dobrodružství a svou cestu často příliš neplánuje. Velmi důležitý je pro něj kontakt s místními lidmi, většinou má zájem se stát součástí místní komunity.

Jinou typologii účastníků cestovního ruchu představil Smith (1995). Popisuje celkem sedm kategorií turistů (Horner & Swarbrooke, 2003):

- Objevitelé – v běžné populaci jde o menšinovou skupinu osob. Cestují téměř jako antropologové. Jsou omezováni skutečností, že je stále méně míst, na kterých se dá něco objevovat.
- Elitní turisté – zkušení cestovatelé, kteří volí exotické lokality. Mají zájem o „na míru šité cesty“ (výstupy na nejvyšší hory světa, expedice do pralesů, na severní pól či splavování vybraných řek).
- Nekonvenční turisté – snaží se volit jiné destinace než ostatní turisté.
- Neobvyklí turisté – podnikají individuální výlety, neúčastní se organizovaných programů. Zajímají se o místní, autentickou kulturu.
- Nastávající masoví turisté – navštěvují vybavená turistická centra, která se začínají rozvíjet. Upřednostňují takovou strukturu a kvalitu služeb, kterou znají z domácího prostředí. Místní kultura a autenticita prostředí pro ně má sekundární význam.
- Masoví turisté – navštěvují známé, vyzrálé destinace. Jsou součástí hlavního proudu a očekávají určitý standard a úroveň služeb.
- Charteroví turisté – není pro ně příliš podstatný cíl cesty, produkt vybírají především podle ceny, vyžadují standardizovaný produkt a zaručenou kvalitu ubytování a stravování.

O zvláštní segmentaci turistů, kterou v roce 1985 vytvořil Plog, ve své knize informuje Jakubíková (2012). Uvádí, že nevytvořil konečný počet různých typů turistů, ale jejich diverzitu vnímá jako spojitě kontinuum, které nabývá dvou extrémů: psychocentriky a allocentriky. Informuje o tom, že psychocentrici jsou podle něj lidé, kteří dávají přednost známým a osvědčeným destinacím, a je pro ně velmi důležitá bezpečnost. Uvádí, že neradi experimentují a většinou zůstávají věrní obchodní značce (destinaci, CK, ...). Zmiňuje, že psychocentrika lze podle Ploga považovat za masového turistu, u něhož převažují spíše materialistické hodnoty.

Na druhé straně podle ní popisuje allocentriky, kteří jsou odvažnější, rádi podstupují riziko, vyhledávají nové destinace a upřednostňují návštěvu autentického prostředí. Hovoří o tom, že jsou pro ně příznačné individuální cesty a větší sklon k šetrným formám cestovního ruchu. Vysvětluje, že ale v čisté formě podle něj psychocentriků ani allocentriků mnoho není. Popisuje, že největší zastoupení mají tzv. midcentrikové, kteří, jak uvádí Zelenka a Pásková (2012), nemají příliš dobrodružné sklony, na druhou stranu se ale nevyhýbají novým zážitkům, pokud pro ně nejsou příliš náročné.

Zcela jinak na chování turistů nahlíží sociolog John Urry (2002), který hovoří o post-turistech a o post-turismu. Tento typ turisty podle něj dává najevo, že neexistuje autentický turistický produkt, a předstírané události pokládá za to, čím doopravdy jsou. Urry je toho názoru, že pro post-turistu je cestovní ruch pouze hrou a on přestupuje z jedné kategorie turisty do druhé – v jednu chvíli se rozhodne pro objevování nových cest v necivilizované oblasti, jindy zase zvolí některou z forem masového cestovního ruchu např. v přímořském letovisku. Podle Hornerové a Swarbrooka (2003) tento přístup činí tradiční typologie turistů zbytečnými.

4.10 Náročné situace v cestovním ruchu

Zelenka (2007) popisuje, že vzhledem k rozmanité a leckdy složité skladbě služeb, občasné neukázněnosti klientů, nespolehlivosti některých dodavatelů a dalším okolnostem může dojít k mimořádné situaci (např. k poruše autobusu, k odcizení zavazadel, ke ztrátě dokladů, k úrazu či onemocnění účastníka, k nelegálnímu vývozu zboží apod.). Zmiňuje, že mnoho mimořádných situací může nastat i přes kvalitní a důslednou přípravu zájezdu. Většinou jsou podle něj tyto situace situacemi pojistnými, a pokud průvodce i účastníci postupují správně, část následků bývá možné uhradit z pojistného.

Podle Zelenky (2007) je pro mimořádné situace typických několik následujících rysů:

- časová tíseň
- neopakovatelnost situace
- značný vliv situace na psychiku a chování všech účastníků včetně průvodce
- křížení zájmů
- obtížné rozhodování pro průvodce
- velké ovlivnění výsledku zájezdu
- trestní či morální odpovědnost (průvodce, dodavatelů služeb, účastníků, případně i dalších osob)
- projevení skutečného charakteru účastníků

Zelenka (2007) dále hovoří o tom, že pokud dojde k situaci, kterou daná osoba vyhodnotí jako obtížnou (mezní), tato situace pak ovlivňuje její chování (osoba může jednat iracionálně), psychický i fyzický stav. Podle jeho názoru existuje mnoho technik, které mohou pomoci ke zvládnutí obtížných situací. Tvrdí, že jejich úspěšnost závisí na typu situace, mentalitě, přirozené odolnosti dané osoby, a také na intenzitě přípravy. Proto by se podle něj měl průvodce na mimořádné situace snažit připravit, a to především zvyšováním své psychické i fyzické odolnosti a případně i řešením některých modelových situací.

Pro řešení mimořádných situací jsou podle Zelenky (2007) pro průvodce potřebné především znalosti týkající se celních a devizových předpisů, možností a podmínek pojištění a způsobů likvidace pojistných událostí, dále také lékařské a psychologické minimum, znalost smluv s dodavateli pro daný zájezd, předpisy a podmínky přepravy, podmínky storna vzhledem k dodavatelům a cestovní kanceláři, důležitá telefonní čísla, adresy a podobně.

4.10.1 Postup při řešení náročných neobvyklých situací

Zelenka (2007) informuje o tom, že nejúčinnější metodou je všeobecná prevence a důkladná příprava zájezdu. Ta podle něj začíná jak všeobecnou přípravou průvodce (odbornou, psychologickou i fyzickou), tak i důslednou přípravou zájezdu (vytvoření harmonogramu, shromáždění kontaktů na dodavatele služeb, osobní obeznámení se s trasou atd.). Tvrdí, že čím více znalostí průvodce má, tím účinněji bude schopen mimořádnou situaci řešit. Během zájezdu podle něj prevence vychází z průběžné kontroly připravenosti dodavatelů služeb (např. telefonické ověřování ubytování, stravování apod.), z pečlivého dohlížení na kvalitu poskytovaných služeb, ze získávání aktuálních informací, ze sledování chování klientů a dalších činností. Podotýká, že k mimořádným situacím bude docházet neustále, každý průvodce by se však měl snažit jejich výskyt co nejvíce minimalizovat.

Zelenka (2007) uvádí, že pokud dojde k jakékoli závažné situaci, primární je samozřejmě bezpodmínečná maximální ochrana životů a zdraví klientů, jejich majetku, a poté případné zajištění pokračování programu zájezdu. V takovýchto situacích je podle něj stěžejní zvolit vhodný postup při vlastním řešení, a také je zapotřebí informovat příslušné orgány a zástupce cestovní kanceláře. Obecně doporučuje, aby průvodce postupoval rozhodně a rychle, spolupracoval s vhodnými členy skupiny, rozhodoval se rozvážně na základě svých znalostí a nepřenášel nervozitu na další zúčastněné. Průvodce by podle něj měl převzít kontrolu nad situací, dokud ji nepřevzme jiný kompetentní orgán (např. policie), a poté s tímto orgánem spolupracovat.

4.10.2 Hledání konstruktivního řešení náročných situací v souladu s etikou práce průvodce

Kritické situace s vážnými, někdy až tragickými následky, které postihnou více turistů zároveň, představují jen nepatrnou část realizovaných cest v cestovním ruchu. Značně však ovlivňují jak přímo a nepřímo zasažené osoby, tak i veřejnost, pro kterou média častokrát událost ještě zveličí, a osoby, kterých se událost týká (případně jejich blízké) ještě více zneklidní. Jelikož kritické události (jako např. přírodní katastrofy, velké havárie či teroristické útoky) v cestovním ruchu nejsou příliš časté, průvodci s jejich zvládáním zpravidla nemají zkušenosti a snaží se je řešit intuitivně s uplatněním zásad používaných při obvyklejších komplikacích. V případě hromadných neštěstí se ale problémy násobí, čímž vzniká tlak na rychlou a efektivní reakci, a zároveň se zvyšuje tlak na psychiku zúčastněných. Předcházet tragickým událostem vždy nelze, a proto je velmi důležité vědět, jakým způsobem je řešit (Mráčková, 2015).

V případě, že dojde ke kritické situaci, by měl průvodce jednat věcně, uklidňovat účastníky a zajistit jejich majetek, organizovat první pomoc, obstarat bezprostředně potřebné služby a hlavně (kromě okamžité záchrany života a zdraví) být účastníkům oporou. Je zapotřebí, aby průvodce dodal účastníkům pocit, že je tu pro ně, že si ví rady a zařídí vše potřebné. Jelikož průvodce může být kromě vlastního stresu vystaven také agresivním projevům na místě, potřebuje faktickou i psychickou podporu své firmy (což platí i v případě, že není zraněn). V každém případě by měla být projevována postiženým klientům lítost, účast a zároveň by jim měly být poskytnuty informace o tom, jak mají dále postupovat. V některých případech je možné účastníky požádat o vzájemnou pomoc, jelikož aktivita napomůže ke zmírnění stresu. Dále by klienti měli být upozorněni na to, jaké doklady apod. si mají bedlivě hlídat (případně opatřit), protože budou nezbytné pro uplatnění nároků na odškodnění (Mráčková, 2015).

Výrost a Slaměník (2008) se domnívají, že jedním z nejúčinnějších postupů při řešení náročných situací je pro průvodce v cestovním ruchu zavedení nadřazených cílů, kterých chtějí dosáhnout všichni členové skupiny, čímž dojde ke zdůraznění nutnosti spolupráce. Popisují, že průvodce v tuto chvíli zastává roli prostředníka, který by měl zůstat neutrální a působit jako kvalitní a nestranný mediátor. Zdůrazňují však, že aby bylo uplatnění tohoto postupu účinné, musí být průvodce nezávislý, nestranný, respektovaný všemi zúčastněnými osobami a mít zájem na nejvhodnějším řešení pro celou skupinu.

Dále by měl průvodce ve spolupráci s cestovní kanceláří/agenturou včasně a proaktivně komunikovat s médii, aby byly informace týkající se kritické situace podávány co nejvíce jednotně a seriózně. Před médii je nutné chránit osobní data, soukromí a důstojnost zasažených klientů, a také je nutné počítat s tím, že bezprostředně po události budou na internetu zveřejněny emotivní zprávy, ohledně nichž vyvstanou dotazy, na které rovněž bude zapotřebí vhodně reagovat (Mráčková, 2015).

Důležitá je také komunikace s příbuznými, poskytnutí informací a podpory. Průvodce by měl umět poskytnout informace ohledně věcí, které je třeba zařídit a rozhodnout, kam je možné se obrátit, jaké nároky poškození účastníci a jejich rodiny mají, a pokud je to možné, některé úkony pro ně zařídit (např. předání dokladů na úřad, pomoci s dokumenty pro pojišťovnu apod.) (Mráčková, 2015).

Poté je namístě dohodnout se s cestovní kanceláří/agenturou a účastníky, zda bude zájezd pokračovat či nikoli, a podle toho zajistit vše potřebné. Samozřejmostí je postarat se o finanční vypořádání pro všechny klienty a pomoc s dokumenty potřebnými pro odškodnění. Následná péče spočívá v kontaktování klientů (případně jejich pozůstalých), v projevení zájmu, v umožnění zasaženým klientům vzájemný kontakt, pokud si to přejí (zde je zapotřebí prokazatelný souhlas těch, jejichž kontakty budou předány), dále je vhodné poskytnout kontakt na organizace, které jsou schopny jim poskytnout podporu a v případě zájmu účastníků zorganizovat setkání (Mráčková, 2015).

V případě, že kritickou událost způsobí pracovník cestovní kanceláře/agentury – např. řidič nebo samotný průvodce, je vhodná nejen náhrada škody, ale především opakovaná omluva (jak dané osoby, tak i celé firmy). Opomenutí omluvy by mohlo vést k nárůstu a zakořenění negativních emocí nejen u lidí, kterých se událost dotkla, ale také u široké veřejnosti (Mráčková, 2015).

4.10.3 Strategie a zvládání zátěžových situací u průvodce v cestovním ruchu

Křivohlavý (2010) zvládání zátěže vnímá jako dynamický proces, neboť na průvodce jednak působí prostředí se svými požadavky a nároky a za druhé pak osobní charakter, vyznávané hodnoty, postoje, osobní zážitky a zkušenosti. Hovoří o tom, že záleží na osobnosti každého z nich, jakými vlastními zdroji k překonávání zátěže disponuje, a také na způsobu práce s nimi. Podotýká však, že jednou z nejdůležitějších schopností je schopnost účelně směřovat své aktivity a účelně jednat, tj. schopnost určit si cíl a k němu směřovat svou aktivitu. Tvrdí, že v každé situaci je vhodné použití jiného způsobu zvládání. Domnívá se, že vyhnout

se stresu lze především v krátkodobých situacích s relativně nízkou zátěží, ale ve většině případů bývá nutné nastaly problém řešit. K tomu, aby průvodce zvolil vhodnou strategii řešení problému je podle něj především nezbytné, aby dobře znal sám sebe.

Bratská (2001) uvádí, že ekvivalentem pojmu zvládání je anglický výraz coping, jenž označuje aktivní a vědomý způsob zvládání stresu. Kebza a Šolcová (2003) coping popisují jako vědomou volbu konkrétní strategie zvládání zátěže. Strategie podle nich závisí na jednak na tom, jak průvodce zhodnotí danou situaci, a také na tom, jak posoudí své vlastní možnosti a schopnosti.

Bratská (2001) uvádí, že každý průvodce při řešení obtížných situací využívá určité osobní zdroje, charakteristiky osobnosti, které mu napomáhají je zvládat. Pro průvodce je dle jejího názoru zvládání stresových situací snazší, pokud sám sebe vnímá pozitivně, má zdravé sebevědomí a snaží se získat pocit vlastní kontroly nad zdroji stresu. Informuje o tom, že ve většině případů je pro průvodce vhodné zvolit aktivní strategie zvládání. Do těchto strategií řadí kognitivní rozhodování, kdy se průvodce snaží problému porozumět, uvědomí si možnosti jeho řešení a vytvoří si plán, podle kterého situaci následně řeší. Domnívá se, že může být užitečné hlavní problémy rozčlenit na zvládnutelné části, určit si priority a dílčí cíle.

Heller a Šturma (2000) podotýkají, že kromě dlouhodobých faktorů jako jsou zkušenosti, věk, pohlaví, sebehodnocení, výchova, vzdělání apod., je pro zvládání zátěže velmi důležité také momentální duševní rozpoložení. Vysvětlují, že zátěž za stejných podmínek vnějšího prostředí může u stejného jedince vyvolat různé reakce na základě toho, jaký je jeho aktuální vnitřní stav. Proto je tedy podle nich pro průvodce důležitá psychická vyrovnanost a rozvinutá schopnost seberegulace.

5. VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

V této části práce je zjišťováno, jaké jsou zkušenosti průvodců v cestovním ruchu s regulací vlastních emocí, které se u nich objevují v průběhu přímé práce s klientem. Výzkumné šetření je realizováno za využití kvalitativního výzkumného designu. Hlavní výzkumnou otázkou je, jaké jsou zkušenosti průvodců v cestovním ruchu s regulací vlastních emocí, které se u nich objevují v průběhu přímé práce s klientem. Hlavní výzkumnou otázku doplňují tři níže uvedené dílčí výzkumné otázky:

1. S jakými situacemi, vyžadující regulaci vlastních emocí, se v rámci přímé práce s klientem setkávají průvodci cestovním v ruchu?

2. Jaké strategie zvládání volí průvodci v cestovním ruchu v průběhu pracovních situací, které vyžadují regulaci emocí?
3. Jakou péči věnují průvodci v cestovním ruchu kontinuální podpoře seberegulace a dobré duševní kondice v jejich běžném životě?

Sběr primárních dat probíhal pomocí pěti polostrukturovaných rozhovorů. Odpovědi byly autorkou zapisovány již v průběhu rozhovorů, vždy za zpětné kontroly dotazovaných, zda je odpověď opravdu přesná, a zda nechtějí zmínit ještě nějakou informaci či myšlenku.

Mezi výhody polostrukturovaných rozhovorů patří, že umožňují tvořit jádro rozhovoru. Je stanoveno minimum otázek a témat, které jsou s respondenty probírány. Není ale nutné se pevně držet stanoveného scénáře, jako v případě strukturovaného rozhovoru. Je možné klást dodatečné otázky, ujistit se, že odpověď je tazatelem chápána správně či je možné požádat o její rozšíření.

Získaná data jsou analyzována za využití prvé fáze zakotvené teorie, která bývá označována také jako otevřené kódování. Základem procesu kódování je porovnávání a kladení otázek. Díky tomu bývá zakotvená teorie v literatuře označována jako „neustále porovnávající metoda analýzy“. Při kódování jde o proces nepřetržitého srovnávání pojmů, případů, fenoménů atd. a formulaci otázek. Přitom se k částem empirického materiálu přiřazují kódy, které jsou zpočátku pojmově velmi blízké textu a postupně se stávají stále abstraktnějšími.

5.1 Sběr informací a průběh šetření

Informace byly shromážděny za pomoci polostrukturovaných rozhovorů, které byly provedeny s pěti respondenty. Těmi bylo pět turistických průvodců. Náplň práce všech dotazovaných je velmi podobná, a v tomto směru se tedy jedná o homogenní skupinu. Respondentům byly pokládány následující otázky:

1. S jakými situacemi, které shledáváte jako emočně náročné, se při Vaší práci setkáváte?
2. S kterými z těchto situací se setkáváte pravidelně, nejčastěji?
3. V čem jsou pro Vás tyto situace náročné?
4. Které z těchto situací jsou pro Vás nejnáročnější?
5. Jaké pocity v těchto situacích zažíváte?
6. Jak na tyto své emoce reagujete a jak je obvykle regulujete? Co Vám v dané situaci pomáhá?
7. Jak reagujete na emoce klienta?
8. Jaké techniky a způsoby zvládání využíváte, abyste tyto situace dobře zvládli?

9. Které z těchto technik či způsobů se Vám jeví jako nejefektivnější pro konkrétní typy situací?
10. Které z těchto technik či způsobů Vám osobně nejvíce vyhovují a proč/z jakého důvodu tomu tak je?
11. Jaké aktivity zařazujete do průběžné péče o svoji dobrou psychickou kondici? (Co všechno pro sebe děláte, když se staráte o své duševní zdraví?)
12. Co Vám pomáhá být v dobrém kontaktu se svými emocemi – rozumět jim, projevat je a mít je pod kontrolou?
13. Pokud Vám přinesla praxe v cestovním ruchu nové poznatky či zkušenosti pro práci s vlastními emocemi, tak jaké? Které z nich průběžně využíváte ve Vašem běžném, mimopracovním životě, když chcete regulovat vlastní emoce?
14. Pokud jste si osvojil(a) během své průvodcovské praxe nějaký způsob, který jste začal(a) využívat ke zmírnění stresu, tak který? A jak využíváte tohoto způsobu i v běžném životě, pokud se dostanete do zátěžové situace?

5.2 Otevřené kódování

Strauss a Corbinová (1999) otevřené kódování definují jako část analýzy, ve které jsou označovány a kategorizovány pojmy pomocí detailního studia údajů. Uvádí, že každé myšlenky, události či samostatnému případu je přidělováno označení. Popisují, že jevy, vykazující stejné charakteristiky, jsou pak stejně pojmenovávány. Dodávají, že tato jména jsou označována jako pojmy, které se pak na základě svých vlastností a dimenzí seskupují do kategorií. Vlastnosti podle nich lze vnímat jako charakteristiky, které náleží určité kategorii. Umístění vlastnosti na určité škále pak označují jako dimenzi.

V rámci otevřeného kódování byly určeny níže uvedené kategorie.

Kategorie 1. – 3. sytí dílčí výzkumnou otázku č. 1., která se zabývá tím, jaké situace, vyžadující regulaci vlastních emocí, průvodci zažívají během své přímé práce s klienty.

Kategorie 1. – Situace náročné na čas

Vlastnosti:

frekvence výskytu

intenzita psychické zátěže

Dimenze:

často – nikdy

vysoká – nízká

Tato kategorie vznikla z výpovědí dotazovaných respondentů, kteří shodně uvádějí, že častou, do určité míry psychicky náročnou situací, pro ně bývá nezdařená snaha o dodržení časového plánu zájezdu. Z výpovědí vyplývá, že toto úsilí může ztroskotat z důvodů, které

samotní průvodci často nemohou ovlivnit (např. čekání na hranicích, poruchy autobusů). Intenzita psychické zátěže průvodců se liší s ohledem na konkrétní situaci. V některých lehčích případech nedodržení naplánovaného harmonogramu průvodci způsobí např. jen nervozitu, určitý psychický diskomfort. Pokud je řešení situace obtížnější, průvodci se začínají cítit pod tlakem a někdy pocítují úzkost. Psychický tlak na průvodce se značně zvyšuje v situacích, kdy zpoždění zásadním způsobem ovlivní naplánované navazující události a naruší pokračování zájezdu. Tyto situace totiž mohou zapříčinit značnou nespokojenost klientů a jejich následné zhoršené nebo přímo negativní hodnocení zájezdu, což je opakem toho, co si průvodci přejí.

Respondenti k vlastnosti frekvence výskytu a jejím dimenzím uvedli tato významná sdělení:

R2: *„Někdy také bývá stresující a náročné dodržet časový harmonogram, aby se vše stihlo tak, jak je naplánované. Nejčastější nepříjemnou situací bývá, že se dostanete do časového skluzu.“*

R3: *„Nejčastějšími náročnými situacemi jsou ty, které nastanou kvůli chybám a nedostatkům v logistice ze strany našeho zaměstnavatele – cestovní kanceláře. Například když nabereme zpoždění nebo nastanou nějaké nejasnosti a komplikace s ubytováním.“*

R4: *„Starosti, zda máte po kupě všechny lidi, jestli stiháte a podobně – to je únavné.“*

Co se týče intenzity psychické zátěže a jejích dimenzí, zazněly tyto podstatné komentáře:

R1: *„Mírně stresující také bývá, když se dostanete do časové tísně, kdy potřebujete být na určitém místě se všemi klienty včas, abyste stihli navazující spojení nebo program. Někdy cítím nervozitu, únavu, jsem pod tlakem, ale snažím se mít na paměti, že všechno lze vyřešit.“*

R3: *„Nejnáročnější jsou ty situace, které nemohu vyřešit. Například když k jejich řešení nemám pravomoci nebo pokud je nelze řešit bez změn programu. To bývá stresující, protože se od Vás očekává, že harmonogram a naplánované akce dodržíte.“*

Kategorie 2. – Nespokojený klient

Vlastnosti

Dimenze

Frekvence výskytu

často – nikdy

Míra

více – méně

Intenzita	vysoká – nízká
Doba trvání	dlouho – krátce

Tato kategorie byla vymezena na základě opakujících se zmínek respondentů o konfrontaci s nespokojenými klienty. Pravděpodobně žádný turistický průvodce se řešení této problematiky nevyhne. Většina z nich, včetně všech dotazovaných respondentů, se samozřejmě snaží vést zájezd tak, aby k nespokojenosti a stížnostem klientů nedocházelo. Ne vždy se to však podaří. Může se samozřejmě stát, že nastane nějaká komplikace a klient má ke své nespokojenosti pádný důvod. V těchto případech se průvodci vždy snaží udělat maximum pro to, aby potíže napravili a vyšli klientům co nejvíce vstříc. Jsou také případy, kdy si klienti stěžují a projevují nespokojenost pouze z neznalosti a z nepochopení. V takových situacích se respondentům osvědčilo zůstat trpěliví a vše se klientům snažit empaticky vysvětlit. Respondenti se však výjimečně setkávají i s klienty, kteří mají neadekvátní reakce nebo jednají přímo agresivně, případně vyhledávají konflikty a stěžují si neopodstatněně. To vše u průvodců může vyvolat stres, navodit pocit, že jsou pod tlakem, neadekvátní reakce je mohou mrzet, případně je i rozzlobit a zhoršit jim náladu.

Pokud jde o frekvenci výskytu, konfrontace s nespokojenými klienty je podle respondentů další častou emočně náročnou situací. Míra a intenzita této vlastnosti bývají různé, jelikož záleží na charakteru konkrétního klienta a na důvodu jeho nespokojenosti. Stejně tak se liší doba trvání. Respondenti mají zkušenosti s tím, že nespokojenost klienta může přetrvávat jen po krátkou dobu – např. než je odstraněna její příčina nebo než je podrobně vysvětleno, co a z jakého důvodu se děje.

Níže jsou uvedeny některé důležité výroky respondentů k této kategorii:

R1: *„Je pravda, že při této práci se setkáte s mnoha lidmi a každý je individuální. Takže se samozřejmě můžete setkat s klientem, kterému se něco nezamlouvá a on si svůj vztek vybije na Vás, jedná netaktně, výjimečně až agresivně.“*

R2: *„V případě, že se vyskytne nějaká komplikace, se občas setkám s neadekvátními reakcemi, kdy mají klienti nereálné požadavky na okamžité řešení situace a v danou chvíli si neuvědomují, že za situaci já osobně vůbec nemohu a snažím se ji řešit. Zhorší mi to náladu. Někdy mě rozhoří, když se mnou klienti jednají nehezky kvůli něčemu, co není má chyba a já se to snažím co nejlépe a nejrychleji vyřešit.“*

R3: „*Také nejsou výjimkou problematictí klienti, kteří jsou konfliktní a soustředí se na veškeré (i velmi drobné) nedostatky. Jako průvodci jsme prvním nárazníkem. Jsme zástupci cestovní kanceláře a lidé si na nás často vylévají emoce. Průvodce musí situaci a tlak ustát a pokud možno požadavky klientů řešit, což někdy bývá náročné.*

R5: „*Náročné pro mě bývá, když nemohu vyhovět všem. Jak jsem zmínila, vždy si přeji, aby byli všichni spokojeni, což někdy jednoduše nelze zařídit. Jako psychicky nejnáročnější vnímám takové situace, které nemohu ovlivnit.*“

Kategorie 3. – Nárok na profesionalitu za všech okolností

Vlastnosti

Dimenze

Míra

více – méně

Dotazovaní respondenti se ve svých výpovědích shodují v tom, že jsou na ně kladeny poměrně vysoké nároky, co se týče profesionality. Míra této vlastnosti je tedy podle výzkumného šetření značná. Průvodci musejí být nejen velmi dobře informovaní a mít vše důkladně naplánované, ale za všech okolností by měli zůstat profesionální. Tedy s klienty vždy jednat velmi slušně, vstřícně a v klidu. K tomu je často zapotřebí, aby dobře věděli, jakým způsobem pracovat se svými emocemi a jak je regulovat. Respondenti vnímají, že za své klienty a za celý průběh zájezdu nesou zodpovědnost, což je pro ně psychicky náročné – zvláště, pokud se věci nevyvíjí tak, jak by měly. Respondenti pocítují, že se od nich očekává sebejistota a schopnost rychle a konstruktivně řešit nečekané situace a komplikace. To vyžaduje víru v sebe sama, flexibilitu a v neposlední řadě schopnost rychle zpracovávat své momentální emoce, kterým při své práci nesmějí podlehnout.

K této kategorii jsou příznačné především následující výpovědi respondentů:

R1: „*Všichni se v první řadě obrací na Vás – s čímkoli. Spoléhají na Vás a Vy musíte za všech okolností zůstat profesionální, nedat na sobě znát únavu či nerozhodnost. Musíte zůstat v klidu a snažit se v klidu udržet i ostatní. Za všechny nesete zodpovědnost a pokud nastane neočekávaná, náročná situace, musíte se rozhodnout správně a zajistit především bezpečí klientů. Pak také, pokud možno, pokračování programu nebo nějakou alternativu.*“

R2: „*Jako průvodce musím zůstat profesionální, taktní a vstřícná za všech okolností.*“

R5: „*Důležité je klienta vyslechnout, dát mu najevo porozumění a pochopení. Ať už je situace jakákoli, vždy se snažím najít nejvhodnější řešení – jak s ohledem na konkrétního klienta, tak s ohledem na celou skupinu.*“

Následující 4. a 5. kategorie poukazují na to, jaké strategie zvládnání průvodci volí v průběhu pracovních situací, které vyžadují regulaci emocí. Tyto dvě kategorie tedy sytí dílčí výzkumnou otázku č. 2.

Kategorie 4. – Snaha zachovat klid a odstup

Vlastnosti

Dimenze

frekvence výskytu

vždy – nikdy

intenzita

vysoká – nízká

Respondenti ve svých odpovědích zdůrazňovali, že schopnost emoční seberegulace je pro ně nezbytná. Jelikož se při své praxi běžně dostávají do situací, které tuto schopnost vyžadují, postupně se v ní zdokonalili. Respondenti shodně uváděli, že primární je pro ně snažit se vnitřně udržet v klidu, a pokud to situace vyžaduje, přenést svůj (alespoň zdánlivý) klid také na klienty. Z odpovědí respondentů vyplývá, že poté, co se jim do jisté míry podaří vnitřně zklidnit, jsou pak efektivnější při přemýšlení nad konstruktivním řešením problému. Přirozeně pak také působí i jednájí sebejistěji.

K tomu, aby se co nejrychleji uvedli do (alespoň částečného) vnitřního klidu, jim napomáhá např. to, že svou pozornost na okamžik zaměří na něco, co se problematické situace vůbec netýká. Oblíbeným způsobem je také zpomalení a regulace dýchání nebo procházka o samotě, pokud to je možné. Respondenti ve svých odpovědích poukazovali na to, že klid a odstup se snaží zachovat vždy, jelikož se od nich očekává, že budou v každé situaci jednat profesionálně a sebejistě. Tato vlastnost se tedy vyskytuje prakticky vždy. Pokud jde o intenzitu této vlastnosti, závisí na konkrétní situaci. Dá se říci, že s čím komplikovanější a náročnější se průvodce při své práci setká, tím vyšší je intenzita jeho snahy o zachování vnitřního klidu a odstupu.

Této kategorii se týkaly především níže citované odpovědi respondentů:

R2: „*V obtížných chvílích dbám na to, abych nepodlehla momentálním emocím. Rozdýchám se a rozmyslím si, jak budu situaci řešit. Snažím se udržet si pozitivní přístup.*“

R3: „Když je nejhůř, zkusím se od klientů na chvíli uvolnit a jdu se projít. Pokud tato možnost není, cítím se pod velkým tlakem a mám jen krátký čas na řešení situace, pomůže mi zapálit si cigaretu. To mě alespoň částečně uklidní, a lépe se mi pak pracuje na řešení problému.“

R5: „Pomáhá mi napočítat do deseti, zklidnit dech a nechat emoce odejít. Snažím se klienta vždy pochopit a věnovat mu pozornost. Tím snížím působení situace na mé emoce a mohu nad ní převzít kontrolu. Svou pozornost obracím k tomu, abych vymyslela konstruktivní řešení, pokud to lze.“

Kategorie 5. – Důvěra ve vlastní schopnosti a zkušenosti

Vlastnosti

Dimenze

míra

více – méně

chování

adaptované – maladaptované

Při dotazování, jaké další způsoby k regulaci svých emocí průvodci využívají, bylo zjištěno, že se snaží mít na paměti, že všechno lze nějakým způsobem řešit. Již před samotným začátkem zájezdu jejich sebedůvěru upevňuje důkladná příprava na zájezd, informovanost a psychická příprava na potenciální krizové situace. Respondenti hovořili také o tom, že s nabytými zkušenostmi, co se týče různých obtížných situací, důvěra v jejich vlastní schopnosti a dovednosti vzrůstá. Z odpovědí dále plynulo, že určitá sebedůvěra je klíčová pro aktivní a konstruktivní řešení obtížných situací. Průvodce se musí spoléhat především na sebe a umět se rychle a správně rozhodovat. To bez sebedůvěry nelze. Míra této vlastnosti je tedy spíše větší, jelikož je pro průvodce potřebná a s praxí dále roste. Jelikož se respondenti shodovali na tom, že jakékoli komplikace musí vždy řešit aktivně a konstruktivně, lze uvést, že jejich chování je za každé situace co nejvíce adaptované. Maladaptivní reakce jsou u nich, co se týče práce, nepřipustné. K tomu, aby se jich vyvarovali, slouží výše popsané způsoby regulace emocí, po kterých následuje také regulace chování. To, jak již bylo zmíněno, by mělo být profesionální za všech okolností.

Pro tuto kategorii jsou příznačné především tyto výpovědi respondentů:

R1: „Jsem přesvědčená, že všechno lze řešit, věřím ve vlastní schopnosti. Samozřejmě jako průvodce musíte počítat s tím, že nějaký problém může nastat a je nutné, abyste se na zájezd co nejlépe připravili. Vědomí toho, že jsem dobře informovaná a vše je detailně připravené mi velmi pomáhá.“

R5: „Nejdůležitější pro mě je připravenost zájezdu, správná a pečlivá organizace. To mi dodá jistotu. Také jsou mi oporou mé zkušenosti, které jsem získala praxí.“

R3: „Přemýšlím o situacích, které se na zájezdech udály – o těch dobrých, i o těch horších. Z těch horších si беру ponaučení. Přemýšlím, jestli jsem opravdu reagoval nejlépe, jak jsem mohl a co by případně fungovalo lépe. Když se potom setkám s něčím podobným, rychleji vymyslím dobré nebo alespoň přijatelné řešení. Také si někdy díky přemítání o proběhlém zájezdu uvědomím, jak některým problematickým situacím lépe předcházet. To mě psychicky posiluje pro budoucí zájezdy, při jejichž průběhu jsem si pak o něco jistější.“

Poslední tři kategorie se vztahují k dílčí výzkumné otázce č. 3, jakou péči věnují průvodci v cestovním ruchu kontinuální podpoře své seberegulace a dobré duševní kondice v jejich běžném životě.

Kategorie 6. – Zdravý životní styl

<u>Vlastnosti</u>	<u>Dimenze</u>
frekvence výskytu	často – nikdy
míra	více – méně

Z rozhovorů s respondenty vyšlo najevo, že každý z nich ve svém životě nějakým způsobem praktikuje určité zásady zdravého životního stylu. Bylo zjištěno, že mezi dotazovanými je oblíbený především sport a pobyt na čerstvém vzduchu. Respondenti se shodovali v tom, že ke své práci potřebují, aby se sami cítili dobře, aby byli v dobré psychické i fyzické kondici. K tomu jim zdravý životní styl rozhodně napomáhá. Dbají na to, aby svůj pracovní život vyvážili činnostmi, při nichž si odpočinou a zároveň podpoří svou psychickou i fyzickou kondici. Mimo sportu a pobytu venku volí také způsoby jako je jóga, meditace nebo poslech hudby či mluveného slova. Frekvence výskytu této vlastnosti je u nich častá. Míra samozřejmě závisí na mnoha faktorech (především na momentálních časových možnostech), nicméně z dlouhodobého hlediska je spíše větší s tím, že respondenti se zásady zdravého životního stylu snaží uplatňovat průběžně.

Tuto kategorii vystihují především tyto výroky respondentů:

R2: „Dělá mi dobře sport a zdravý životní styl. To mi napomáhá vybit si případné napětí a cítím se díky tomu dobře jak psychicky, tak i fyzicky – obojí ke své práci potřebuji. Dále se ráda odreažuji při setkání s přáteli a zajímám se o kulturu, kterou si rovněž dobívám baterky.“

R3: „Pomáhá mi pravidelné běhání. Také se mi osvědčilo dělat si pauzy mezi zájezdy, při kterých se mohu věnovat jakýmkoli činnostem bez lidí. Při tom si odpočinu a načerpám síly.“

R4: „Rád poslouchám hudbu, často chodím na procházky a pravidelně sportuji. Někdy si dopřávám i wellness.“

R5: „Věnuji se meditaci, vyhovuje mi poslech mluveného slova, aromaterapie, jóga a čtení. Každý den si najdu alespoň malou chvíli (třeba i večer před usnutím), kdy se některé z těchto aktivit věnuji.“

Kategorie 7. – Přijetí, rozvaha a sebereflexe

<u>Vlastnosti</u>	<u>Dimenze</u>
ochota poučit se ze zkušeností	velká – malá
míra sebezpřijetí	velká – malá
jednání s rozvahou	většinou – málokdy

Mezi další způsoby psychohygieny dotazovaných průvodců patří sebereflexe. Respondenti zmiňovali, že zpětně přemýšlejí o svém jednání a následně se snaží ho adekvátně posoudit. Přemítají jak o příjemných, tak i o problematických situacích, se kterými se při zájezdu setkali. Pokud museli řešit nečekanou situaci či problém, přemýšlejí, zda se v danou chvíli zachovali co možná nejlépe nebo jestli by byl optimálnější jiný postup. Pokud dojdou k závěru, že jiný způsob jednání v dané situaci by byl přínosnější, vezmou si z této zkušenosti ponaučení pro příští zájezdy.

Z rozhovorů dále bylo zjištěno, že pro průvodce má velký význam sebezpřijetí, jehož míru se snaží zvyšovat. Zaznívalo také, že i během obtížnějších situací se respondenti snaží udržet si nadhled a jednat rozvážně. To je při jejich profesi nutností. Vzhledem k tomu, že si během své praxe zvykli jednat uvážlivě, s nadhledem a rozvahou, přenášejí si tento zvyk i do osobního života. Praxe v cestovním ruchu pro ně tedy v tomto směru znamenala sebezdokonalení.

Ochota průvodců poučit se ze zkušeností je značná. Rozvážně jednájí ve většině situací. Míra jejich sebezpřijetí je spíše větší a díky snaze průvodců o osobní rozvoj má tendenci růst.

Níže jsou uvedeny výroky respondentů příznačné k této kategorii:

R1: „Hlavní je přijmout sama sebe a věřit si, být v pohodě. Snažím se netrápit se malichernostmi, a i za obtížnějších situací se snažím udržet si nadhled. Dále se vždy snažím být rozvázná a sebejistá, nereagovat v afektu a čerpat sílu z pozitivních zkušeností.“

R2: „Práce v cestovním ruchu mě naučila velké zodpovědnosti, se kterou teď přistupuji ke všem důležitým věcem. Také mě naučila určité psychické odolnosti a udržování si nadhledu. Svému momentálnímu rozpoložení nepodléhám a k mnoha věcem mám obecně pozitivnější přístup.“

R3: „Před několika lety jsem byl určitě výbušnější. Občas se mi stávalo, že jsem se nechal vyprovokovat k hádce nebo k neuvážené odpovědi. Práce se skupinami, které čítají 30-40 klientů mne naučila udržet si chladnou hlavu. Při problémech nebo dokonce vyhrocených situacích teď jedním s daleko větším rozmyslem a soustředím se na konstruktivní řešení. Stejně tak při jednání s lidmi... Přemýšlím o situacích, které se na zájezdech udály – o těch dobrých, i o těch horších. Z těch horších si беру ponaučení. Přemýšlím, jestli jsem opravdu reagoval nejlépe, jak jsem mohl a co by případně fungovalo lépe. Když se potom setkám s něčím podobným, rychleji vymyslím dobré nebo alespoň přijatelné řešení. Také si někdy díky přemítání o proběhlém zájezdu uvědomím, jak některým problematickým situacím lépe předcházet. To mě psychicky posiluje pro budoucí zájezdy, při jejichž průběhu jsem si pak o něco jistější.“

R5: „Při průvodcovské praxi jsem se ale asi naučila brát různé nečekané situace více s humorem a nadhledem, namísto toho, abych se jimi nechala zaskočit. Také si o něco více věřím.“

Kategorie 8. – Pěstování a udržování nadhledu

Vlastnosti

reakce

přístup

řešení problému

Dimenze

impulsivní – promyšlená

negativní – pozitivní

aktivní – pasivní

K tomu, aby průvodci při své práci mohli nečekané situace a případné komplikace řešit konstruktivně, je zapotřebí, aby si v takových případech udrželi odstup a určitý nadhled. Svou pozornost totiž vždy musejí co nejrychleji obrátit k hledání co nejvhodnějšího řešení. Na tom, aby byli schopní v náročných chvílích jednat s nadhledem, vědomě pracují. Z rozhovorů bylo

zjištěno, že se průvodci snaží netrápit se nepodstatnými maličkostmi. Také si od klientů snaží udržet určitý odstup. Vždy se pro jejich spokojenost snaží udělat maximum a jednat s nimi vstřícně. Pokud se to však klientům nezdá dostatečné a přetrvává jejich negativní naladění, které ojedinele bývá i bezdůvodné, nesmí se tím průvodci nechat zaskočit.

Ačkoli v takových chvílích někdy pociťují lítost nebo jsou rozhořčení, stále platí, že musejí zůstat profesionální. Uvědomují si, že ani při nejlepší vůli se nemohou zavděčit každému, a také to, že nepříjemné jednání klienta nemusí být z osobních důvodů. To jim v udržení odstupu pomáhá. Respondenti dále uváděli, že důležité pro ně je dívat se na věci pozitivně. K udržení nadhledu jim v některých situacích pomáhá také využití humoru coby komunikační strategie – samozřejmě pokud je to v souladu s etikou a jen tehdy, když je to vhodné. Bylo zjištěno, že reakce průvodců bývají téměř vždy promyšlené a značně u nich převažuje pozitivní přístup při řešení nečekaných, náročných situací. Řešení problému pak bývá zásadně aktivní.

Tuto kategorii vystihují následující výroky respondentů:

R1: *„Pokud se mnou někdo jedná nezdvořile, uvědomím si, že vůbec nemusí mít problém se mnou osobně. Možná je to někdo, kdo má své vlastní starosti, a kvůli tomu je podrážděný. Takovéto neopodstatněné jednání si tedy tolik nepřipouštím k tělu. Dále mi práce průvodkyně jistě poskytla nadhled ve všemožných situacích a naučila mne neřešit zbytečné maličkosti. Více také oceňuji pozitivně naladěné lidi a pozitivní zkušenosti, které mi dodávají vnitřní sílu... Co se týče nepříjemných, rozzlobených klientů, v duchu si opakuji, že jsem profesionál, a že se v nich možná jen nastrádaly negativní emoce, které zrovna vyšly na povrch. Neberu si tedy věci úplně osobně a usiluji o domluvu a konstruktivní řešení.“*

R2: *„Pokud se mnou někdo jedná nemile a není to opodstatněné, neberu si to osobně. Říkám si, že ti lidé vůbec nemusí mít problém přímo se mnou. Místo toho, abych se na někoho rozzlobila, zůstávám klidná. Víím, že lidé mohou jednat na základě špatného momentálního rozpoložení a o něco později spolu můžeme jednat slušně a konstruktivně.“*

R3: *„Určitě se primárně bráním tomu, aby mě kdokoli dostával pod tlak. Pokud se tak již děje, vždy si vyhražuji nějaký čas na promyšlení odpovědi, či způsobu jednání.“*

R4: *„Každý klient si přeje zcela něco jiného, každý klient je jiný, jeden se jede něco dozvědět, druhý si jede odpočinout – zkrátka každému se zavděčíte něčím jiným a někdy není možné zavděčit se všem.“*

6. SHRNU TÍ VÝSLEDKŮ

Výzkumné šetření bylo realizováno za pomoci polostrukturovaných rozhovorů s pěti turistickými průvodci. Zjišťovány byly jejich konkrétní zkušenosti s regulací emocí, které se u nich objevují během zátěžových situací v průběhu přímé práce s klientem. Otázky se týkaly především toho, o jaké emoce se konkrétně jedná, jaké strategie průvodci volí k jejich zvládnutí a zdali průběžně pečují o svou dobrou psychickou kondici.

Získaná data byla analyzována za využití první fáze zakotvené teorie – tzv. otevřeného kódování. Postupně bylo vytvořeno osm pojmů, které zachycují podstatu konkrétních analyzovaných jevů. Tyto pojmy spadají pod dílčí výzkumné otázky.

Z výpovědí respondentů je patrné, že mezi nejčastější, pro ně psychicky náročné situace patří časový skluz a konfrontace s bezdůvodně negativně naladěnými klienty. K dalším situacím, vyžadujícím jejich seberegulaci, patří např. ztracení se, vážná zranění klientů či jejich zásadní nepřízeň počasí, kvůli které je nutné změnit program, vlastní psychické i fyzické vyčerpání a obecně problémy, jejichž řešení průvodce není schopen ovlivnit.

Dále bylo zjištěno, že mezi respondenty často využívané seberegulační techniky patří krátké zaměření pozornosti výhradně na svůj dech, případně na něco jiného, co nesouvisí s obtížnou situací. Respondenti také hovořili o tom, že jim k znovunabytí klidu a psychické rovnováhy napomáhá důvěra ve vlastní schopnosti (někdy založená na předchozích zkušenostech), pojetí situace jako výzvy, vědomí, že se na zájezd pečlivě připravovali nebo např. krátká procházka, pokud to umožňují okolnosti.

Všichni dotazovaní se také průběžně snaží dbát o svou dobrou psychickou kondici. Vnitřní vyrovnanost a schopnost regulovat své emoce i chování při své práci pokládají za nezbytné. Respondenti shodně uváděli, že k udržení dobré psychické kondice volí fyzickou aktivitu a pobyt v přírodě. Často také využívají dechových cvičení nebo rozmluvy s člověkem, u kterého nacházejí porozumění. Jako další způsoby psychohygieny zmiňovali např. poslech hudby, meditaci, jógu nebo četbu.

7. ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ

V bakalářské práci byly popsány a na základě odborných pramenů analyzovány vybrané aspekty psychologie cestovního ruchu s akcentem k práci s emocemi jakožto součástí seberegulace u průvodců v oblasti cestovního ruchu. Ve výzkumném šetření byly zjišťovány konkrétní zkušenosti turistických průvodců s regulací vlastních emocí v průběhu jejich přímé práce s klienty. Dále bylo zkoumáno, jaké strategie ke zvládnutí emocí v zátěžových situacích průvodci volí a zdali kontinuálně pečují o svou dobrou psychickou kondici.

Ve výzkumném šetření bylo zjištěno, že k práci turistického průvodce je schopnost seberegulace téměř nezbytná. Klienti kladou na profesionalitu průvodců velké nároky za všech okolností. Průvodci také za své klienty nesou zodpovědnost a jsou vždy prvními, na koho se klienti s čímkoli obracejí. To pro průvodce leckdy bývá psychicky velmi vyčerpávající. V některých situacích průvodci pocítují stres a obavy, jindy je mrzí nebo rozhořčí klientova neadekvátní reakce. Někdy také zažívají pocity přetížení, nedocení a nepochopení ze strany klientů. Přesto všechno ale na sobě nemohou nechat nic znát. Na zájezdy odjíždějí s vědomím, že za všech okolností s klienty musí jednat velmi slušně, vstřícně a trpělivě. Jejich vystupování by mělo být sebejisté nehledě na okolnosti, které nastanou. Také by si vždy měli vědět rady v neočekávaných, komplikovaných situacích.

Autorka na základě provedeného šetření došla k závěru, že k dobrému psychickému zvládnutí zájezdu průvodcům napomáhá důkladná příprava zájezdu, informovanost, vědomí toho, že přihodit se může cokoli, a že všem klientům se někdy zavděčit nelze ani při nejlepší vůli. Dále si také ověřila, že všichni dotazovaní průvodci se relativně často a pravidelně snaží věnovat péči o svou dobrou psychickou kondici, k čemuž využívají např. fyzickou aktivitu, sdílení s jinými lidmi, poslech hudby nebo meditace a rozjímání. Kontinuální péče o dobrou psychickou kondici je podle ní zcela namístě, přičemž respondenty využívané způsoby jsou podle ní velmi vhodné.

Respondentům by doporučila, své způsoby psychohygieny ještě doplnili pravidelným spánkovým režimem, posilovali své sebevědomí a pečovali o harmonické vztahy s lidmi ve svém okolí. I to podle ní může být pro udržení dobré psychické kondice přínosem. Autorka se na základě zjištěných informací také utvrdila v názoru, že k profesi průvodce v cestovním ruchu je zapotřebí vyšší psychická odolnost a schopnost pružně reagovat v zátěžových a nečekaných situacích.

8. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ A LITERATURY

- Bohatá, M., Seknička, P., & Šemrák, M. (2001). *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: ASPI.
- Bratská, M. (2001). *Zisky a straty v záťažových situáciách alebo príprava na život*. Bratislava: Trade Leas, spol.s r.o.
- Certifikace průvodců*. (2016). Získáno 9. Duben 2021, z Asociace průvodců ČR - Etický kodex: <http://www.certifikacepruvodcu.cz/eticky-kodex>
- Čermáková, T. (2012). *Etika a korektnost v podnikání v oblasti cestovního ruchu*. Získáno 13. Duben 2021, z Digitální knihovna Západočeské univerzity v Plzni: https://otik.uk.zcu.cz/bitstream/handle/11025/3119/BP_Cermakova_Tereza_2012.pdf?sequence=1
- Čertík, M. (2001). *Cestovní ruch - vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF.
- Drobná, D., & Morávková, E. (2004). *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna.
- Duchoňová, K. (20. Srpen 2020). *Já jsem tvůj vztek*. Získáno 22. Srpen 2020, z Psychologie.cz: <https://psychologie.cz/ja-jsem-tvuj-vztek/>
- Dušánek, V. (Editor). (24. Srpen 2020). *Co je to emoční inteligence a jak moc ovlivňuje naše životy*. Získáno 29. Srpen 2020, z Novinky.cz: <https://www.novinky.cz/zena/vztahy-a-sex/clanek/co-je-to-emocni-inteligence-a-jak-moc-ovlivnuje-nase-zivoty-40334200>
- Hartl, P., & Hartlová, H. (2010). *Velký psychologický slovník*. Praha: Portál.
- Heller, D., & Šturma, J. (2000). *Psychologie pro třetí tisíciletí*. Praha: Testcentrum.
- Hesková, M., & kol., a. (2006). *Cestovní ruch pro VOŠ a VŠ*. Praha: Fortuna.
- Hesková, M., & kol., a. (2011). *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna.
- Hladká, J. (1997). *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Kebza, V., & Šolcová, I. (2003). *Syndrom vyhoření*. Praha: Státní zdravotní ústav.

- Kotler, P., & Caslione, J. (2009). *Řízení a marketing firmy v éře turbulencí*. Brno: Computer Press.
- Křivohlavý, J. (2010). *Pozitivní psychologie*. Praha: Portál.
- Kuneš, D. (2009). *Sebepoznání*. Praha: Portál.
- Leadlay, & Francesca. (25. August 2011). *Integrating ethics into tourism: beyond codes of conduct*. Získáno 15. Duben 2021, z The Guardian: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/blog/integrating-ethics-into-tourism>
- Machač, M., Hoskovec, J., & Macháčová, H. (1985). *Emoce a výkonnost*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- McKay, M., Wood, J. C., & Brantley, J. (2020). *EMOCE pod kontrolou*. Praha: Nakladatelství Portál, s. r. o.
- Mráčková, E. (2015). *Jak postupovat v kritických situacích v cestovním ruchu*. Získáno 7. Březen 2021, z Asociace cestovních kanceláří České republiky: <http://www.pohrebiste.cz/stranky/archiv/dokument/99/kritsit.pdf>
- Novacká, L., & kol., a. (2010). *Cestovní ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava: Ekonom.
- Orieška, J. (1999). *Technika služieb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.
- Palatková, M., & Jitka, Z. (2011). *Ekonomika turismu*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Reisinger, Y. (2009). *International Tourism: Cultures and Behavior*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Rux, J. (2007). *Metodika průvodcovské činnosti*. Získáno 1. Duben 2021, z Služby v cestovním ruchu: <http://www.mmr.cz/getmedia/ea7b1ce8-85da-48fb-9f09-9e62bd6fc7b2/GetFile14.pdf>
- Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch*. Ostrava: Key publishing.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada.
- Seifertová, V. (2013). *Průvodcovské činnosti*. Praha: Grada Publishing, a.s.

- Schulze, R., & Roberts, R. (2007). *Emoční inteligence*. Praha: Portál.
- Strauss, A., & Corbinová, J. (1999). *Základy kvalitativního výzkumu*. Praha: Albert.
- Stuchlíková, I. (2002). *Základy psychologie emocí*. Praha: Portál.
- Špatenka, P. (Srpen 2020). *Než začnete vidět rudě*. Získáno 10. Srpen 2020, z psychologie.cz:
<https://psychologie.cz/nez-zacnete-videt-rude/>
- Šroněk, I. (2004). *Etika podnikání s přihlédnutím k hotelnictví, cestovnímu ruchu a lázeňství*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze.
- The Code of Guiding Practice*. (2012). Získáno 12. Březen 2021, z World Federation of Tourist Guide Associations: <http://www.wftga.org/touristguiding/code-guiding-practice>
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. Thousand Oaks, Kalifornie, USA: SAGE Publications.
- Vávrová, S. (2012). *Doprovázení v pomáhajících profesích*. Praha: Portál.
- Vymětal, J. (2008). *Průvodce úspěšnou komunikací - Efektivní komunikace v praxi*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Výrost, Jozef, & Slaměník, I. (2008). *Sociální psychologie* (Psyché. vyd.). Praha: Grada Publishing,a.s.
- Wheeler, M. (1995). *International Marketing Review*. Bingley, Velká Británie: MCB UP Ltd.
- Zelenka, J. (1995). *Metodický a faktografický průvodce cestovním ruchem*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- Zelenka, J. (2007). *Marketing cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). *Cestovní ruch: Výkladový slovník*. Praha: Linde.
- Zelenka, J., Štýrský, J., Semrádová, I., & Minář, P. (2005). *Průvodce cestovního ruchu, 2. vydání*. Hradec Králové: Gaudeamus.

9. SEZNAM PŘÍLOH

9.1 Rozhovory v plném znění

Respondent č. 1

S jakými situacemi, které shledáváte jako emočně náročné, se při Vaší práci setkáváte?

„Při mé praxi se setkávám s mnoha situacemi, které by někteří jistě označili za komplikované nebo náročné. Mne však má práce moc baví a nepokládám ji za stresující. Je pravda, že při této práci se setkáte s mnoha lidmi a každý je individuální. Takže se samozřejmě můžete setkat s klientem, kterému se něco nezamlouvá a on si svůj vztek vybijí na Vás, jedná netaktně, výjimečně až agresivně. Mírně stresující také bývá, když se dostanete do časové tísně, kdy potřebujete být na určitém místě se všemi klienty včas, abyste stihli navazující spojení nebo program. Nepříjemné jsou pak komplikace jako např. autonehody nebo různá zranění, která bývají nejhorší, pokud se nacházíte na nějakém nedostupném, odlehlém místě.“

1. S kterými z těchto situací se setkáváte pravidelně, nejčastěji?

„Asi s časovou tísní, když např. naberete zpoždění při cestě autobusem a čeká Vás přestup na trajekt a podobně. Další obvyklou komplikací bývá, že jsou klienti nespokojení s něčím ohledně ubytování. Někdy klienti bývají také zmatení či nepozorní, občas si spletou čas (i den) odjezdu, zapomenou důležité věci, peníze nebo potřebné doklady.“

2. V čem jsou pro Vás tyto situace náročné?

„Všichni se v první řadě obrací na Vás – s čímkoli. Spoléhají na Vás a Vy musíte za všech okolností zůstat profesionální, nedat na sobě znát únavu či nerozhodnost. Musíte zůstat v klidu a snažit se v klidu udržet i ostatní. Za všechny nesete zodpovědnost a pokud nastane neočekávaná, náročná situace, musíte se rozhodnout správně a zajistit především bezpečí klientů. Pak také, pokud možno, pokračování programu nebo nějakou alternativu.“

3. Které z těchto situací jsou pro Vás nejnáročnější?

„Nejnáročnější jsou asi vážná, komplikovaná zranění nebo opravdu zásadní nepřízeň počasí (např. při dlouhé túře zjistíte, že je nemožné přejít přes rozbouřenou řeku a musíte se vrátit). To totiž nezměníte a musíte pak podle toho jednat. Když máte zpoždění, zavoláte na centrálu a oni Vám pomohou např. najít jiný spoj nebo dohodnou, že na

Vás dopravce počká. Ale v těchto situacích musíte spoléhat hlavně na sebe, okamžitě se o klienty postarat a najít co nejpříjemnější řešení. “

4. Jaké pocity v těchto situacích zažíváte?

„Někdy cítím nervozitu, únavu, jsem pod tlakem, ale snažím se mít na paměti, že všechno lze vyřešit. “

5. Jak na tyto své emoce reagujete a jak je obvykle regulujete? Co Vám v dané situaci pomáhá?

„Vždy se snažím zachovat klid. Jsem přesvědčená, že všechno lze řešit, věřím ve vlastní schopnosti. Pokud se při zájezdu dostaneme do potíží, situaci pojmu jako výzvu, jejíž řešení povede i k mému osobnímu zdokonalení a růstu. Nakonec z toho může být zážitek, na který klienti i já budeme vzpomínat celý život. “

6. Jak reagujete na emoce klienta?

„Opět zde platí, že musíte zůstat v klidu. Nedat najevo své případné negativní emoce a pocity. Ke každému přistupovat individuálně, empaticky a ohleduplně. Klienty také musíte pravdivě a podrobně informovat o možných postupech, řešeních a skutečně se maximálně snažit, aby vše probíhalo a dopadlo co nejlépe, ke spokojenosti všech. “

7. Jaké techniky a způsoby zvládnání využíváte, abyste tyto situace dobře zvládli?

„Jak jsem již zmiňovala, cestování a práce průvodkyně mě těší a baví, nabíjí mě to pozitivní energií. To dobré vždy mnohonásobně převažovalo nad tím horším. Soustředím se tedy na pozitivní zkušenosti, na to, kolik jsem toho už zvládla – to mě psychicky posiluje. Někdy je vhodné na malou chvíli obrátit pozornost k něčemu, co se dané situace vůbec netýká a tím nabýt ztracenou rovnováhu. A samozřejmě musíte počítat s tím, že někdy se zkrátka nelze zavděčit všem. “

8. Které z těchto technik či způsobů se Vám jeví jako nejefektivnější pro konkrétní typy situací?

„Pokud dojde k nějaké opravdu vyhocené situaci, je podle mne nejlepší např. na chvíli se podívat na nebe, na mraky, nadechnout se a vzpamatovat se. Pak si rozmyslet, jaké máte možnosti a vytvořit si v hlavě určitý plán. V situacích týkajících se časové tísně mám na paměti, že v tomhle nejsem sama, a že mi budou nápomocní kolegové z centrály. Co se týče nepříjemných, rozzlobených klientů, v duchu si opakuji, že jsem profesionál, a že se v nich možná jen nastřádaly negativní emoce, které zrovna vyšly na povrch. Neberu si tedy věci úplně osobně a usiluji o domluvu a konstruktivní řešení. Pomáhají mi mé zkušenosti, a také znalosti získané při studiu. “

9. Které z těchto technik či způsobů Vám osobně nejvíce vyhovují a proč/z jakého důvodu tomu tak je?

„Nejvíce mi pomáhá mé přesvědčení, že obtížné situace zvládnou. Důležité je pozitivní naladění. Samozřejmě jako průvodce musíte počítat s tím, že nějaký problém může nastat a je nutné, abyste se na zájezd co nejlépe připravili. Vědomí toho, že jsem dobře informovaná a vše je detailně připravené mi velmi pomáhá. Také vím, že s mnoha věcmi mi mohou pomoci kolegové z centrály, případně i řidiči či známí, kteří žijí v lokalitách, kde provázím.“

10. Jaké aktivity zařazujete do průběžné péče o svoji dobrou psychickou kondici? (Co všechno pro sebe děláte, když se staráte o své duševní zdraví?)

„Ráda na sobě pracuji a zlepšuji se, řešení komplikací vnímám jako výzvy. Také je důležitý pohyb a pobyt na čerstvému vzduchu, přičemž si pročistíte hlavu.“

11. Co Vám pomáhá být v dobrém kontaktu se svými emocemi – rozumět jim, projevat je a mít je pod kontrolou?

„Hlavní je přijmout sama sebe a věřit si, být v pohodě. Snažím se netrápit se malichernostmi, a i za obtížnějších situací se snažím udržet si nadhled. Dále se vždy snažím být rozvázná a sebejistá, nereagovat v afektu a čerpat sílu z pozitivních zkušeností.“

12. Pokud Vám přinesla praxe v cestovním ruchu nové poznatky či zkušenosti pro práci s vlastními emocemi, tak jaké? Které z nich průběžně využíváte ve Vašem běžném, mimopracovním životě, když chcete regulovat vlastní emoce?

„Pokud se mnou někdo jedná nezdvořile, uvědomím si, že vůbec nemusí mít problém se mnou osobně. Možná je to někdo, kdo má své vlastní starosti, a kvůli tomu je podrážděný. Takovéto (neopodstatněné) jednání si tedy tolik nepřipouštím „k tělu“. Dále mi práce průvodkyně jistě poskytla nadhled ve všemožných situacích a naučila mne neřešit zbytečné maličkosti. Více také oceňuji pozitivně naladěné lidi a pozitivní zkušenosti, které mi dodávají vnitřní sílu.“

13. Pokud jste si osvojil(a) během své průvodcovské praxe nějaký způsob, který jste začal(a) využívat ke zmírnění stresu, tak který? A jak využíváte tohoto způsobu i v běžném životě, pokud se dostanete do zátěžové situace?

„Při své průvodcovské praxi jsem se s nabytými zkušenostmi stala sebejistějším člověkem. Můj případný stres zmírňuje vědomí, že všechno má nějaké řešení. To mi pomáhá ke zklidnění v náročné situaci. A problémy, jak jsem již uváděla, se snažím vnímat jako výzvy, které mne mohou obohatit.“

Respondent č. 2

1. S jakými situacemi, které shledáváte jako emočně náročné, se při Vaší práci setkáváte?

„Při mé práci se setkávám například s nespokojeností klientů ohledně ubytování. Leckdy volí levnější varianty, se kterými pak ale nejsou spokojeni, ačkoli jim ohledně ubytování byly podány pravdivé informace. V případě, že se vyskytne nějaká komplikace, se občas setkám s neadekvátními reakcemi, kdy mají klienti nereálné požadavky na okamžité řešení situace a v danou chvíli si neuvědomují, že za situaci já osobně vůbec nemohu a snažím se ji řešit. Někdy také bývá stresující a náročné dodržet časový harmonogram, aby se vše stihlo tak, jak je naplánované.“

2. S kterými z těchto situací se setkáváte pravidelně, nejčastěji?

„Nejčastější nepříjemnou situací bývá, že se dostanete do časového skluzu. Na nějakého klienta musíte počkat, musíte vše průběžně kontrolovat, což někdy zabere více času, než je v plánu. Někdy, například při náročnějších horských přechodech, je obtížné nedat najevo svou únavu, neustále být všem k dispozici a udržovat dobrou náladu.“

3. V čem jsou pro Vás tyto situace náročné?

„Tyto situace mi někdy zhoršují náladu, občas mě něco zamrzí, jindy mě dokáže i rozzlobit nějaká afektivní, neadekvátní reakce klienta. Takovéto pocity ale na sobě nemohu dát znát. Jako průvodce musím zůstat profesionální, taktní a vstřícná za všech okolností.“

4. Které z těchto situací jsou pro Vás nejnáročnější?

„Nejnáročnější jsou pro mne situace, kdy jsem unavená a s klienty jsem nepřetržitě již několik dní. Přes vlastní psychické i fyzické vyčerpání stále musím udržovat dobrou náladu, optimismus, neustále klienty o všem informovat, být k dispozici. Vím, že za ně mám zodpovědnost. Když se pak přihodí nějaká komplikace, a někdo z klientů si na mě neadekvátním způsobem vybijí svou frustraci, je to stresující. K řešení problému je vždy potřeba nějaký čas, což někdy klientům musím (samozřejmě laskavě a empaticky) vysvětlit.“

5. Jaké pocity v těchto situacích zažíváte?

„Zhorší mi to náladu. Někdy mě rozhoří, když se mnou klienti jednají nehezky kvůli něčemu, co není má chyba a já se to snažím co nejlépe a nejrychleji vyřešit.“

6. Jak na tyto své emoce reagujete a jak je obvykle regulujete? Co Vám v dané situaci pomáhá?

„Dobře vím, kde jsou hranice a s klienty jednám vždy slušně. Už před samotným zájezdem se psychicky připravuji na to, že můžou nastat neočekávané situace a komplikace. Takže když na ně opravdu dojde, jsem připravena je řešit. Nikdy nemyslím na to, že je něco příliš velký problém. Snažím se zůstat profesionální, vím, že nesu zodpovědnost a snažím se vždy najít konstruktivní řešení a východisko.“

7. Jak reagujete na emoce klienta?

„Hlavně s klidem a taktem. Snažím se být empatická, ohleduplná a do svých klientů se vcítit. Nesmím se nechat vyvést míry. Víím, že někdy jsou klienti je momentálně špatně naladění či unavení a další den bude opět vše v pohodě. Také se snažím vše podrobně a smysluplně vysvětlit a ujistit klienta, že udělám maximum pro to, abych mu v rámci možností vyšla vstříc.“

8. Jaké techniky a způsoby zvládání využíváte, abyste tyto situace dobře zvládli?

„Už před začátkem zájezdu mi pomáhá má vlastní připravenost a informovanost. S tím, že mohou nastat komplikace samozřejmě počítám. V obtížných chvílích dbám na to, abych nepodlehla momentálním emocím. Rozdýchám se a rozmyslím si, jak budu situaci řešit. Snažím se udržet si pozitivní přístup.“

9. Které z těchto technik či způsobů se Vám jeví jako nejefektivnější pro konkrétní typy situací?

„Pokud jde o nějaká nedorozumění či neadekvátní stížnosti klientů, nejvhodnější je zůstat v klidu, obrnit se, být vstřícná a vysvětlovat. Důležitá je prevence komplikací, důkladné plánování, které mi dodává pocit jistoty. A určitě je dobré počítat s tím, že přihodit se může cokoli. S tímto vědomím na zájezdy odjíždím, takže případné potíže nejsou pak tak neočekávané a tolik mne nevykolejí.“

10. Které z těchto technik či způsobů Vám osobně nejvíce vyhovují a proč/z jakého důvodu tomu tak je?

„Pro mne je, jak jsem již zmínila, důležité připravit se na to, že k problémům a komplikacím může dojít. Dbám na svou informovanost, která mi může být velmi užitečná. Dále se vždy snažím zbavit se nahromaděného stresu, přímo při řešení různých situací mi pomáhá soustředit se na svůj dech a dýchat zhluboka. Po tom nebo mezitím, co něco řeším, mi vyhovuje alespoň krátká procházka nebo jiná fyzická aktivita, abych si oddechla a na chvíli přišla na jiné myšlenky.“

11. Jaké aktivity zařazujete do průběžné péče o svoji dobrou psychickou kondici? (Co všechno pro sebe děláte, když se staráte o své duševní zdraví?)

„Dělá mi dobře sport a zdravý životní styl. To mi napomáhá vybit si případné napětí a cítím se díky tomu dobře jak psychicky, tak i fyzicky – obojí ke své práci potřebuji. Dále se ráda odreaguji při setkání s přáteli a zajímám se o kulturu, kterou si rovněž dobíjím baterky.“

12. Co Vám pomáhá být v dobrém kontaktu se svými emocemi – rozumět jim, projevovat je a mít je pod kontrolou?

„Jsem uvážlivý člověk. Vím, co si mohu při jednání s klienty dovolit a co už by bylo neslušné. Podle toho jednám. Emoce mi pod kontrolou pomůže udržet např. to, že se v myšlenkách na malou chvíli zaměřím na něco jiného než na problém, a to mě zklidní. Také mám na paměti, že jsem profesionál, musím zůstat v klidu a jednat konstruktivně.“

13. Pokud Vám přinesla praxe v cestovním ruchu nové poznatky či zkušenosti pro práci s vlastními emocemi, tak jaké? Které z nich průběžně využíváte ve Vašem běžném, mimopracovním životě, když chcete regulovat vlastní emoce?

„Práce v cestovním ruchu mě naučila velké zodpovědnosti, se kterou teď přistupuji ke všem důležitým věcem. Také mě naučila určité psychické odolnosti a udržování si nadhledu. Svému momentálnímu rozpoložení nepodléhám a k mnoha věcem mám obecně pozitivnější přístup.“

14. Pokud jste si osvojil(a) během své průvodcovské praxe nějaký způsob, který jste začal(a) využívat ke zmírnění stresu, tak který? A jak využíváte tohoto způsobu i v běžném životě, pokud se dostanete do zátěžové situace?

„Pokud se mnou někdo jedná nemile a není to opodstatněné, neberu si to osobně. Říkám si, že ti lidé vůbec nemusí mít problém přímo se mnou. Místo toho, abych se na někoho rozzlobila, zůstávám klidná. Vím, že lidé mohou jednat na základě špatného momentálního rozpoložení a o něco později spolu můžeme jednat slušně a konstruktivně. A samozřejmě vyvážený pracovní a osobní život, je důležité umět si odpočinout. Problémy a nedorozumění se pak řeší snáz.“

Respondent č. 3

1. S jakými situacemi, které shledáváte jako emočně náročné, se při Vaší práci setkáváte?

„Nejčastějšími náročnými situacemi jsou ty, které nastanou kvůli chybám a nedostatkům v logistice ze strany našeho zaměstnavatele – cestovní kanceláře. Například když nabereme zpoždění nebo nastanou nějaké nejasnosti a komplikace s ubytováním. Důvodem je, že v reálné cestovní kanceláři se spěchá a hodně lidí má na

starost hodně různých úkonů. Na jejich omluvu ale musím říci, že zájezdy jsou i přes veškerou přípravu vždy tak trochu dobrodružství a existuje spousta faktorů, které mohou zájezd ovlivnit jak pozitivně, tak negativně.“

2. S kterými z těchto situací se setkáváte pravidelně, nejčastěji?

„V plné letní sezóně se nám stává, že jsou komplikace se zajištěním ubytování, případně je ubytování ve špatné kvalitě. Někdy tyto komplikace souvisejí i s tím, že se cestovní kancelář snaží ušetřit a snížit náklady. Další poměrně častou komplikací bývají různé poruchy autobusů. Také nejsou výjimkou problematičtí klienti, kteří jsou konfliktní a soustředí se na veškeré (i velmi drobné) nedostatky.“

3. V čem jsou pro Vás tyto situace náročné?

„Jako průvodci jsme prvním nárazníkem. Jsme zástupci cestovní kanceláře a lidé si na nás často vylévají emoce. Průvodce musí situaci a tlak ustát a pokud možno požadavky klientů řešit, což někdy bývá náročné.“

4. Které z těchto situací jsou pro Vás nejnáročnější?

„Nejnáročnější jsou ty situace, které nemohu vyřešit. Např. když k jejich řešení nemám pravomoci nebo pokud je nelze řešit bez změn programu. To bývá stresující, protože se od Vás očekává, že harmonogram a naplánované akce dodržíte.“

5. Jaké pocity v těchto situacích zažíváte?

„Záleží na konkrétní situaci. Někdy pociťuji stres či úzkost, jindy je to bývá pocit nepochopení a nepochopení ze strany klientů. Tyto pocity však pominou, když se mi situaci podaří vyřešit, případně klientům vše vysvětlit, najít s nimi společnou řeč a dohodnout se, jaké máme možnosti, co pro ně mohu udělat.“

6. Jak na tyto své emoce reagujete a jak je obvykle regulujete? Co Vám v dané situaci pomáhá?

„Když je nejhůř, zkusím se od klientů na chvíli uvolnit a jdu se projít. Pokud tato možnost není, cítím se pod velkým tlakem a mám jen krátký čas na řešení situace, pomůže mi zapálit si cigaretu. To mě alespoň částečně uklidní, a lépe se mi pak pracuje na řešení problému.“

7. Jak reagujete na emoce klienta?

„Úplně vždy se snažím klienty uklidnit, pochopit, neeskalovat situaci. Případně navrhnout řešení, pokud to je možné.“

8. Jaké techniky a způsoby zvládání využíváte, abyste tyto situace dobře zvládli?

„Využívám doslovně techniku, která se učí v každé obchodní firmě, v bankách, či call centrech. Tou je přijetí námítky – zklidnění – zpracování. Samozřejmě ne vždy technika

zabere. Záleží, o co přesně se jedná. Hlavně se snažím s klienty nehádat, vyslechnout je, a pak se dohodnout na způsobu řešení problému.“

9. Které z těchto technik či způsobů se Vám jeví jako nejefektivnější pro konkrétní typy situací?

„Většinou s klienty jedním za využití techniky, kterou jsem popsal u předchozí otázky. Někdy se ale také setkávám se zvláštními typy klientů, kteří evidentně hledají chyby a vyvolávají spory. Pokud se nenabízí žádné konstruktivní řešení, musím se soustředit na to, aby takový klient nekazil požitek z dovolené ostatním účastníkům. Například, pokud to lze, navrhnout mu, aby si udělal vlastní program, s tím, že mu sdělím, kde a kdy je možné se ke skupině opět připojit. Není v tom žádná osobní zášť – vždy se snažím o co nejlepší řešení pro kolektiv.“

10. Které z těchto technik či způsobů Vám osobně nejvíce vyhovují a proč/z jakého důvodu tomu tak je?

„Nemám asi konkrétní techniku či způsob, který by mi vyhovoval nejvíce. Největší radost mi při mé práci udělá, když jsou mí klienti spokojeni nebo ještě lépe, přímo nadšení. Proto se při případných potížích zkrátka soustředím na to, abych problém vyřešil k co možná největší spokojenosti klienta nebo celé skupiny – záleží na situaci, podle níž také volím způsob řešení. Hlavní je nenechat se vykojet a umět se zklidnit do takové míry, abych byl schopen konstruktivního jednání. Jak jsem již uvedl, k tomu mi pomůže třeba procházka nebo cigareta.“

11. Jaké aktivity zařazujete do průběžné péče o svoji dobrou psychickou kondici? (Co všechno pro sebe děláte, když se staráte o své duševní zdraví?)

„Pomáhá mi pravidelné běhání. Také se mi osvědčilo dělat si pauzy mezi zájezdy, při kterých se mohu věnovat jakýmkoli činnostem bez lidí. Při tom si odpočinu a načerpám síly.“

12. Co Vám pomáhá být v dobrém kontaktu se svými emocemi – rozumět jim, projevat je a mít je pod kontrolou?

„Zpětná kontrola. Přemýšlím o situacích, které se na zájezdech udály – o těch dobrých, i o těch horších. Z těch horších si беру ponaučení. Přemýšlím, jestli jsem opravdu reagoval nejlépe, jak jsem mohl a co by případně fungovalo lépe. Když se potom setkám s něčím podobným, rychleji vymyslím dobré nebo alespoň přijatelné řešení. Také si někdy díky přemítání o proběhlém zájezdu uvědomím, jak některým problematickým situacím lépe předcházet. To mě psychicky posiluje pro budoucí zájezdy, při jejichž průběhu jsem si pak o něco jistější. Jeden kolega říká: mít promyšlený plán a vyřešené

všechny otázky vždy na dva dny dopředu. Jako průvodce musím počítat s tím, že se něco může pokazit. To je důležité si uvědomit. Ale samozřejmě se cítím lépe, když vím, že program je detailně připravený a já jsem dobře informovaný.“

13. Pokud Vám přinesla praxe v cestovním ruchu nové poznatky či zkušenosti pro práci s vlastními emocemi, tak jaké? Které z nich průběžně využíváte ve Vašem běžném, mimopracovním životě, když chcete regulovat vlastní emoce?

„Před několika lety jsem byl určitě výbušnější. Občas se mi stávalo, že jsem se nechal vyprovokovat k hádce nebo k neuvážené odpovědi. Práce se skupinami, které čítají 30-40 klientů mne naučila udržet si chladnou hlavu. Při problémech nebo dokonce vyhrocených situacích teď jednám s daleko větším rozmyslem a soustředím se na konstruktivní řešení. Stejně tak při jednání s lidmi.“

14. Pokud jste si osvojil(a) během své průvodcovské praxe nějaký způsob, který jste začal(a) využívat ke zmírnění stresu, tak který? A jak využíváte tohoto způsobu i v běžném životě, pokud se dostanete do zátěžové situace?

„Určitě se primárně bráním tomu, aby mě kdokoli dostával pod tlak. Pokud se tak již děje, vždy si vyhražuji nějaký čas na promyšlení odpovědi, či způsobu jednání.“

Respondent č. 4

1. S jakými situacemi, které shledáváte jako emočně náročné, se při Vaší práci setkáváte?

„Jsem průvodce převážně cyklistických, popř. turistických zájezdů, výjimečně provádím také ve větších městech. Každý zájezd je zcela jiný. Každý průvodce má zajisté vztah k něčemu jinému a každý druh zájezdu má jinou podobu. Při všech zájezdech mám však stejný cíl – přeji si, aby zájezd probíhal v pořádku, klienti si ke mně vytvořili kladný vztah a chtěli se mnou jet znovu. Na začátku každého zájezdu mne tedy provází určité obavy z toho, že se zájezd nepovede. Každý zájezd je jiný a každá nahodilá situace může vést k tomu, že klienti budou zájezd hodnotit negativně. Já osobně mohu např. špatně spočítat lidi, někoho někde zapomenout, ztratím se a tím pádem se zpozdíme, podám špatnou informaci, přijedu někam, kde bude zavřeno, špatně zájezd zorganizuji atd. Pak jsou věci, které přímo já neovlivním – špatné počasí, zdržení na silnici, porucha autobusu atd. No a samozřejmě každý klient má o zájezdu jinou představu.“

2. S kterými z těchto situací se setkáváte pravidelně, nejčastěji?

„Většinou je každá situace jiná a vždy nás něco překvapí, ale takovou klasikou je obtížnější práce s klienty. Každý klient si přeje zcela něco jiného, každý klient je jiný,

jeden se jede něco dozvědět, druhý si jede odpočinout – zkrátka každému se zavděčíte něčím jiným a někdy není možné zavděčit se všem. Další častou komplikací bývají zpoždění při přepravě na zájezdu, a také špatné počasí. “

3. V čem jsou pro Vás tyto situace náročné?

„Nedá se říct přímo náročné, už dopředu s těmito situacemi počítám. Spíše bych řekl, že si je to psychicky vyčerpávající. Ať už zájezd trvá jediný den, nebo celý týden, neustále musím počítat s komplikacemi, které se mohou objevit a musím být ve střehu. “

4. Které z těchto situací jsou pro Vás nejnáročnější?

„Asi nejnáročnější je práce s lidmi, snaha uspokojit všechny klienty, obzvláště když se na zájezdu objeví lidé, kteří si přímo libují v tom, že vše kritizují – dokonce ještě přede všemi ostatními účastníky. To se naštěstí neděje příliš často, ale sem tam se to stane. “

5. Jaké pocity v těchto situacích zažíváte?

„Jak jsem již říkal, rozhodně si psychicky neodpočinu. Takových 70 km na kole nebo 20 km túra nejsou nic oproti tomu, co se Vám neustále honí hlavou. Starosti, zda máte po kupě všechny lidi, jestli stíháte apod. – to je únavné. Ale řekl bych, že toto přemýšlení mi pomáhá být opravdu připravený na všechno a téměř nic nepodcením. Nevnímám ho tedy úplně negativně. Zkrátka to k tomu patří. “

6. Jak na tyto své emoce reagujete a jak je obvykle regulujete? Co Vám v dané situaci pomáhá?

„Jak jsem již zmínil na začátku, před zájezdem mě provází určitý strach z toho, že se zájezd nepodaří. Obávám se především toho, abych něco nepokazil já nebo např. neselhal při řešení nečekaných situací. Svůj strach se vždy snažím potlačit. Během zájezdu totiž před klienty nikdy nejednám emotivně, vždy se snažím zachovat si chladnou hlavu a jednat rozumně. Hodně přemýšlím dopředu o tom, co může nastat – to mi svým způsobem pomáhá, cítím se připravenější. Asi z 90 % mne uklidňuje to, že vím, že je zájezd dobře připravený, a že vše je podrobně naplánované. Základem je podle mne to, aby si pro sebe průvodce vybral vhodnou kategorii zájezdů, na kterých bude provázet – musí jí rozumět a věřit si v ní. Dále si zájezd vždy důkladně nastuduji, abych byl informovaný o všem, na co se klienti mohou zeptat, a také abych věděl, co a jak. Připravenost a informovanost lidé oceňují nejvíc. Bohužel se najdou průvodci, kteří to nedělají. No a poslední věc, když se stane něco nahodilého, například, že se klient zpozdí nebo nedorazí na smluvené místo, vždy se soustředím na to, abych nejednal emotivně – v klidu a v pohodě se dá vyřešit vše. Toto vědomí, sebedůvěra a důkladná příprava mi napomáhají regulaci mých případných negativních emocí. “

7. Jak reagujete na emoce klienta?

„U dobře připravených zájezdů převažují pozitivní ohlasy a emoce klientů. Málokdy se objeví lidé, kteří jsou naladěni vyloženě negativně. Pokud se to ale stane, snažím se klienty pochopit, porozumět tomu s čím a proč mají problém. Následně se pokusím přijít na to, jak věci napravit a klienta požádám, aby své negativní emoce nepřenášel na ostatní.“

8. Jaké techniky a způsoby zvládání využíváte, abyste tyto situace dobře zvládli?

„Nejvíce mi pomáhá vědomí, že zájezd je velmi dobře připravený a snažím se počítat se vším – stát se může cokoli.“

9. Které z těchto technik či způsobů se Vám jeví jako nejefektivnější pro konkrétní typy situací?

„Zájezd vždy připravuji s tím, že se mnou pojede hodně lidí, z nichž každý má jiné potřeby. Pokouším se ho tedy připravit tak, aby si každý našel to své. Zájezdy rozdělují do etap, aby bylo od každého něco – aby zazněly důležité informace, aby byl prostor pro zábavu, odpočinek i občerstvení, což se mi osvědčilo a klienti to hodnotí pozitivně. Pokud se stane něco nečekaného, co musím řešit, pomáhá mi se na malou chvíli zaměřit na to, abych začal dýchat pomalu a zhluboka. Tímto způsobem se trochu vzpamatuji, abych mohl popřemýšlet, jak postupovat. Pokud jde o nepříjemné, špatně naladěné klienty, kterým je skoro nemožné se zavděčit, vyslechnu je, snažím se dát najevo své pochopení a podrobně je seznámím s tím, jaké jsou možnosti, co pro ně mohu a nemohu udělat. Tady pomáhá jen to, že se člověk obrní trpělivostí.“

10. Které z těchto technik či způsobů Vám osobně nejvíce vyhovují a proč/z jakého důvodu tomu tak je?

„Nejvíce mi vyhovuje se na zájezd maximálně připravit, být skvěle informovaný a počítat s možnými nečekanými událostmi a komplikacemi. To je prevencí mnoha komplikací a nedorozumění.“

11. Jaké aktivity zařazujete do průběžné péče o svoji dobrou psychickou kondici? (Co všechno pro sebe děláte, když se staráte o své duševní zdraví?)

„Rád poslouchám hudbu, často chodím na procházky a pravidelně sportuji. Někdy si dopřávám i wellness.“

12. Co Vám pomáhá být v dobrém kontaktu se svými emocemi – rozumět jim, projevovat je a mít je pod kontrolou?

„Velmi mi vyhovuje dechové cvičení a to, když s někým mohu mluvit o svých emocích, například s člověkem ze stejné práce.“

13. Pokud Vám přinesla praxe v cestovním ruchu nové poznatky či zkušenosti pro práci s vlastními emocemi, tak jaké? Které z nich průběžně využíváte ve Vašem běžném, mimopracovním životě, když chcete regulovat vlastní emoce?

„Již ve svých předchozích zaměstnáních jsem pracoval s lidmi. Praxe v cestovním ruchu mě naučila pozitivnějšímu přístupu v nečekaných situacích, kdy mám tak nějak zažité, že všechno se dá vyřešit. Hlavně v klidu. Asi si i o něco více věřím.“

14. Pokud jste si osvojil(a) během své průvodcovské praxe nějaký způsob, který jste začal(a) využívat ke zmírnění stresu, tak který? A jak využíváte tohoto způsobu i v běžném životě, pokud se dostanete do zátěžové situace?

„Naučil jsem se být více otevřený. Když mě něco trápí nebo si nevím rady, s někým si promluvím. Podívám se na věci jinýma očima. Často mi to pomůže najít vhodné řešení – ať už díky tomu, že si vyslechnu názor někoho jiného, nebo že si během toho, co mluvím, sám lépe uvědomím, co cítím, a jak bych situaci mohl řešit.“

Respondent č. 5

1. S jakými situacemi, které shledáváte jako emočně náročné, se při Vaší práci setkáváte?

„Při mé práci se občas samozřejmě setkávám s nespokojenými a negativně naladěnými klienty. Výjimečně jsou i agresivní a nepřiměřeně reagují na nejmenší problémy. Někdy jsou zase věčně nespokojení. To je pro mě emočně náročné. Dále je také nepříjemné, když nastanou nějaké komplikace s ubytováním nebo když nabereme zpoždění např. kvůli dlouhému čekání na hranicích a podobně.“

2. S kterými z těchto situací se setkáváte pravidelně, nejčastěji?

„Nejčastěji se setkávám asi se s různými stížnostmi klientů – například na ubytování, na program, že mají hlad, že jsou moc krátké nebo moc dlouhé pauzy, současně je někomu vedro a někomu zima v autobuse. V těchto situacích se často obtížně hledá kompromis.“

3. V čem jsou pro Vás tyto situace náročné?

„Nemůžu všem vyhovět, i když bych ráda a беру si to velice osobně. Klient je pro mě vždy na prvním místě, a pokaždé si přeji, aby byli všichni spokojení.“

4. Které z těchto situací jsou pro Vás nejnáročnější?

„Náročné pro mě bývá, když nemohu vyhovět všem. Jak jsem zmínila, vždy si přeji, aby byli všichni spokojení, což někdy jednoduše nelze zařídit. Jako psychicky nejnáročnější

vnímám takové situace, které nemohu ovlivnit. Např. rozbitý autobus, silnou nepřízeň počasí, něco, co klientům vadí na ubytování a já nejsem schopna to změnit.“

5. Jaké pocity v těchto situacích zažíváte?

„Ačkoli se jedná o situace, které já neovlivním nebo je neovlivním zcela, občas mívám pocity úzkosti a přetížení. Někdy mám obavy, že zájezd bude klienty nakonec hodnocen negativně, což je to poslední, co potřebuji a co bych si přála.“

6. Jak na tyto své emoce reagujete a jak je obvykle regulujete? Co Vám v dané situaci pomáhá?

„Pomáhá mi napočítat do deseti, zklidnit dech a nechat emoce odejít. Snažím se klienta vždy pochopit a věnovat mu pozornost. Tím snížím působení situace na mé emoce a mohu nad ní převzít kontrolu. Svou pozornost obracím k tomu, abych vymyslela konstruktivní řešení, pokud to lze.“

7. Jak reagujete na emoce klienta?

„Důležité je klienta vyslechnout, dát mu najevo porozumění a pochopení. Ať už je situace jakákoli, vždy se snažím najít nejvhodnější řešení – jak s ohledem na konkrétního klienta, tak s ohledem na celou skupinu.“

8. Jaké techniky a způsoby zvládání využíváte, abyste tyto situace dobře zvládli?

„Důležité pro mě je, abych se cítila dobře. Proto se každý den alespoň 15 minut věnuji meditaci, soustředím se na to, abych se uvolnila, a také provádím některá dechová cvičení.“

9. Které z těchto technik či způsobů se Vám jeví jako nejefektivnější pro konkrétní typy situací?

„Nejdůležitější pro mě je připravenost zájezdu, správná a pečlivá organizace. To mi dodá jistotu. Skvělé je, když spolupracuji s kolegy, se kterými si rozumím a mohu se ně spolehnout. Také jsou mi oporou mé zkušenosti, které jsem získala praxí. A jak jsem zmínila, dbám na to, abych si, pokud možno každý den, dopřála chvíli jen pro sebe, kdy si oddychnu, medituji a relaxuji.“

10. Které z těchto technik či způsobů Vám osobně nejvíce vyhovují a proč/z jakého důvodu tomu tak je?

„Každá technika je na něco jiného a nemohu říci, která mi vyhovuje více či méně. Každou totiž využívám a myslím, že i potřebuji. Co se ale týče krizových nebo náročných situací, vždy mi k téměř okamžitému zklidnění pomůže soustředit se na chvíli jen na svůj dech. Pak si v hlavě proberu, jaké jsou možnosti, co dělat.“

11. Jaké aktivity zařazujete do průběžné péče o svoji dobrou psychickou kondici? (Co všechno pro sebe děláte, když se staráte o své duševní zdraví?)

„Věnuji se meditaci, vyhovuje mi poslech mluveného slova, aromaterapie, jóga a čtení. Každý den si najdu alespoň malou chvíli (třeba i večer před usnutím), kdy se některé z těchto aktivit věnuji.“

12. Co Vám pomáhá být v dobrém kontaktu se svými emocemi – rozumět jim, projevovat je a mít je pod kontrolou?

„Snažím se naslouchat sama sobě a vnímat své tělo. Využívám dechová cvičení, při kterých jsem schopna si lépe uvědomit, co opravdu cítím. Pomáhá mi také, když se se svými pocity svěřím někomu blízkému. Co se kontroly projevů týče, vím, že s klienty musím jednat za všech okolností slušně a snažit se jim vyhovět, pokud je to možné. V duchu si vždy zopakuji, že jsem profesionál a věřím, že všechno má nějaké řešení.“

13. Pokud Vám přinesla praxe v cestovním ruchu nové poznatky či zkušenosti pro práci s vlastními emocemi, tak jaké? Které z nich průběžně využíváte ve Vašem běžném, mimopracovním životě, když chcete regulovat vlastní emoce?

„S lidmi jsem pracovala vždy, takže některé poznatky jsem získala už v předchozích zaměstnáních. Při průvodcovské praxi jsem se ale asi naučila brát různé nečekané situace více s humorem a nadhledem, namísto toho, abych se jimi nechala zaskočit. Také si o něco více věřím.“

14. Pokud jste si osvojil(a) během své průvodcovské praxe nějaký způsob, který jste začal(a) využívat ke zmírnění stresu, tak který? A jak využíváte tohoto způsobu i v běžném životě, pokud se dostanete do zátěžové situace?

„Používám stále stejné techniky, jak v této praxi, tak i v soukromém životě. Mé velmi osvědčené metody jsou meditace, dechová cvičení, jóga a četba.“



Zadání bakalářské práce

Autor: Eliška Geislerová

Studium: I1800592

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Název bakalářské práce: **Psychologie cestovního ruchu (Práce s emocemi jako součást seberegulace u průvodců v oblasti cestovního ruchu)**

Název bakalářské práce AJ: Psychology of tourism (Working with emotions as a part of tourist's guides self-regulation in the field of tourism)

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cílem práce je popsat a na základě odborných pramenů analyzovat vybrané aspekty psychologie cestovního ruchu s akcentem k práci s emocemi jakožto součásti seberegulace u průvodců v oblasti cestovního ruchu a ve výzkumném šetření zjistit zkušenosti konkrétních průvodců s regulací emocí, které se u nich objevují v průběhu přímé práce s klientem. Výzkumné šetření je realizováno za využití kvalitativního výzkumného designu, metodou sběru dat je semistrukturované interview, data jsou analyzována za využití první fáze zakotvené teorie. Obsah: 1. ÚVOD 2. CÍL PRÁCE A METODIKA ZPRACOVÁNÍ 3. LITERÁRNÍ REŠERŠE 4. TEORETICKÁ ČÁST 4.1 Stav poznání a teoretický background 4.2 Teoretický popis cestovního ruchu 4.3 Vývoj cestovního ruchu 4.4 Služby v cestovním ruchu 4.5 Etika práce v cestovním ruchu 4.6 Aplikace etiky do cestovního ruchu 4.7 Průvodce cestovního ruchu 4.8 Emoce a emoční inteligence v cestovním ruchu se zřetelem k osobnosti průvodce 4.9 Typologie účastníků cestovního ruchu 4.10 Náročné situace v cestovním ruchu 5. VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ 5.1 Sběr informací a průběh šetření 5.2 Otevřené kódování 5.3 Rozhovory v plném znění 6. SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ 7. ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ 8. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ A LITERATURY

Literatura: „ Hartl, P., & Hartlová, H. (2010). Velký psychologický slovník. „ Křivohlavý, J. (2010). Pozitivní psychologie. „ Jakubíková, D. (2012). Marketing v cestovním ruchu. „ Machač, M., Hoskovec, J., & Macháčová, H. (1985). Emoce a výkonnost. „ Novacká, L., & kol., a. (2010). Cestovní ruch, technika služeb, delegát a sprievodca. „ Schulze, R., & Roberts, R. (2007). Emoční inteligence. „ Šroněk, I. (2004). Etika podnikání s přihlédnutím k hotelnictví, cestovnímu ruchu a lázeňství. „ Vymětal, J. (2008). Průvodce úspěšnou komunikací - Efektivní komunikace v praxi. „ Výrost, Jozef, & Slaměník, I. (2008). Sociální psychologie. „ Oriška, J. (1999). Technika služeb cestovního ruchu.

Garantující pracoviště: Katedra managementu,
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: Mgr. Gabriela Slaninová, Ph.D.

Oponent: Mgr. Pavlína Chaloupská, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 31.3.2020