

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza postojů studentů k zahraničním mobilitám
Analysis of Students' Attitudes towards International Mobility

Student:
Vedoucí diplomové práce:

Bc. Lucie Kovářová
Ing. Bc. Lenka Švajdová, Ph.D.

Ostrava 2021

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Lucie Kovářová**

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208T062 Marketing a obchod

Téma: **Analýza postojů studentů k zahraničním mobilitám**
Analysis of Students' Attitudes towards International Mobility

Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická východiska postojů zákazníka
3. Charakteristika trhu studentských zahraničních mobilit
4. Metodika sběru dat
5. Analýza výsledků výzkumu
6. Návrhy a doporučení
7. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

BROWAEYS, Marie-Joelle and Roger PRICE. *Understanding Cross-Cultural Management*. 3rd ed. New York: Pearson, 2015. 504 p. ISBN 978-1-292-01589-7.

NATHAN, Ganesh. A Non-Essentialist Model of Culture: Implications of Identity, Agency and Structure within Multinational/Multicultural Organizations. *International Journal of Cross Cultural Management*. 2015, 15(1), 101-124. ISSN 1470-5958.

TAHAL, Radek et al. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada, 2017. 264 s. ISBN 978-80-271-0206-8.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Bc. Lenka Švajdová, Ph.D.**

Datum zadání: 20.11.2020

Datum odevzdání: 23.04.2021

doc. Ing. Šárka Velčovská, Ph.D.
vedoucí katedry

doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
děkan fakulty

Prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 23. 4. 2021

Bc. Lucie Kovářová

Děkuji svému prvnímu vedoucímu diplomové práce, Ing. Petru Baránkovi. Ph.D., za to, že měl odvalu vydat se se mnou na cestu i pro druhý diplom. I přesto, že nakonec vnější vlivy tuto společnou cestu přerušily, byl důležitým článkem celého procesu. Děkuji své současné vedoucí diplomové práce, Ing. Bc. Lence Švajdové Ph.D., za to, že považovala mé téma za natolik zajímavé, aby se jej ujala i ve chvíli, kdy už má práce seděla v poměrně rychle rozjetém vlaku. A děkuji Fryderyku Chopinovi za jeho hudební dílo.

Obsah

1	Úvod.....	6
2	Teoretická východiska postojů zákazníka	8
2.1	Úvod do postojů	8
2.2	ABC model.....	8
2.2.1	Kognitivní disonance	9
2.3	Psychologické procesy působící na postoje	10
2.3.1	Motivace	10
2.3.2	Vnímání	11
2.3.3	Učení.....	12
2.4	Postoje a marketingové fenomény	12
2.4.1	Zákazník a spotřebitel.....	12
2.4.2	Spokojenost zákazníků	13
2.4.3	Odmítání produktu/značky	14
2.5	Typologie osobnosti	14
2.5.1	Osobnost a temperament.....	14
2.5.2	Optimismus a pesimismus	15
2.5.3	Odpovědnost	16
2.5.4	Hippokratova typologie	16
2.5.5	Jungova typologie	17
2.5.6	Eysenckův model.....	18
2.5.7	Psychologie bradavických kolejí	20
3	Charakteristika trhu studentských zahraničních mobilit.....	23
3.1	Charakteristika studentských mobilit.....	23
3.1.1	Grant	24
3.1.2	Proces zařizování zahraničního výjezdu na EkF VŠB-TUO	26
3.2	Charakteristika makroprostředí	27
3.2.1	Politické a legislativní prostředí	28
3.2.2	Ekonomické prostředí	29
3.2.3	Sociální prostředí	29
3.2.4	Technologické prostředí	31
3.3	Důležitost studentských mobilit.....	31
3.3.1	A Non-Essentialist Model of Culture	32
3.3.2	Happiness for Sale: Do Experiential Purchases Make Consumers Happier than Material Purchases?	34
4	Metodika sběru dat.....	38

4.1	Přípravná fáze.....	38
4.1.1	Definice problému	38
4.1.2	Cíl výzkumu.....	38
4.1.3	Hypotézy	39
4.1.4	Typy dat	40
4.1.5	Sběr dat k analýze	40
4.1.6	Základní a výběrový soubor	41
4.1.7	Časový harmonogram výzkumu a pilotáž	41
4.2	Realizační fáze	42
4.2.1	Metody analýzy výzkumu.....	42
4.2.2	Charakteristika výběrového souboru	44
5	Analýza výsledků výzkumu.....	47
5.1	Obecné postoje studentů k zahraničním výjezdům.....	47
5.1.1	Účast na zahraničním pobytu.....	47
5.1.2	Pozitivní aspekty zahraničních pobytů	50
5.1.3	Negativní aspekty zahraničních pobytů	52
5.1.4	Bariéry zahraničních pobytů.....	55
5.1.5	Zahraníční pobyt jako součást studia na vysoké škole	57
5.1.6	Obecné zhodnocení postojů	59
5.1.7	International Office EkF VŠB-TUO.....	61
5.2	Obecná osobnostní analýza	63
5.2.1	Optimismus a pesimismus	64
5.2.2	Odpovědnost	64
5.2.3	Jungova typologie	65
5.2.4	Eysenckův model.....	67
5.2.5	Bradavické koleje	70
5.3	Postoje studentů k zahraničním výjezdům na základě osobnostních profilů... 70	
5.3.1	Jungova typologie	71
5.3.2	Eysenckův model.....	74
5.3.3	Odpovědnost	76
5.3.4	Optimismus/pesimismus.....	78
5.3.5	Bradavické koleje	80
5.4	Vyhodnocení hypotéz.....	81
5.5	Ideální zákazník International Office EkF VŠB-TUO.....	84
6	Návrhy a doporučení.....	87
6.1	Obecná očekávání, bariéry a obavy	87
6.1.1	Demonstrace čísel.....	87

6.1.2	Přínos > výdaj – finanční podpora.....	88
6.2	Ideální zákazník	88
6.2.1	Simulace mezinárodního prostředí na domácí půdě	89
6.2.2	Vyzdvižení buddy systému	89
6.3	Skeptický zákazník.....	90
6.3.1	Mentoring program	90
6.4	Další návrhy a doporučení	91
6.4.1	Prváci a další prváci	91
6.4.2	Zahraniční výjezdy došly	92
7	Závěr	93
	Seznam použité literatury	94
	Seznam zkratk	98

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Seznam příloh

Přílohy

1 Úvod

Rostoucí nerovnosti, zánik střední třídy, finanční krize, strukturální nezaměstnanost, honba za ziskem, konzumerismus, materialismus, plýtvání, pomíjivost, hrozba ekologického kolapsu, nejistota, vykořisťování, povrchnost, snaha zpeněžit úplně jakoukoliv činnost či věc jsou jedny z mnoha stinných stránek pozdního kapitalismu, současného systému ekonomické organizace v západním světě, jehož je Česká republika součástí. O kapitalismu se opravdu nedá prohlásit, že jde o ideální ekonomický systém, oplývá však řadou velice pozitivních aspektů, které alespoň částečně (a při správném postoji k nim možná téměř dokonale) vyvažují kapitalistická příkoří vyjmenovaná v předchozí větě. Kapitalismus poskytuje obrovskou míru svobody a tvoří přirozeně konkurenční prostředí, ve kterém je ceněn individuální výkon. Při pohledu na kapitalismus skrz růžové brýle, je možné jej definovat jako ekonomický systém, který podněcuje motivaci k usilovné práci. Kapitalismus je oslava individuálních hodnot, kapitalismus je stvořen pro silné a ambiciózní jedince, přílišná konformita je vnímána negativně.

Jednou z nejlepších věcí, které pozdní kapitalismus lidstvu nabízí, je otevřené mezinárodní prostředí a podpora kladných mezinárodních vztahů. Významnou součástí tohoto pozitiva a následek příznivého mezinárodního prostředí jsou možnosti studentských výjezdů do zahraničí. Přesto velké množství studentů zanedbává možnosti, které jsou jim nabízeny. Autor této práce se zaměřuje na situaci na Ekonomické fakultě Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava a zkoumá postoje studentů dané univerzity ke studentským výjezdům.

Cílem práce je zjistit a popsat postoje studentů EkF VŠB-TUO k univerzitním studentským mobilitám. Součástí tohoto cíle je odhalení toho, zda jsou postoje studentů k mobilitám kladné, záporné či jsou-li studenti k nabídce mobilit indiferentní, dále také zjištění příčin těchto postojů a rozpoznání bariér, které studentům brání ve výjezdu do zahraničí. Na problematiku je nahlíženo z různých úhlů pohledu, nejčastěji jde o pojetí problematiky v souvislosti s psychologií. Autor se pokouší nalézt a vysvětlit souvislosti mezi osobnostními charakteristikami studentů a jejich postoji k zahraničním výjezdům. Jde o koncept, který umožňuje zkoumat spotřebitelské chování na trhu zahraničních mobilit hlouběji a nalézat příčiny určitých postojů. Díky přidání psychologického aspektu do výzkumu je rovněž možné segmentovat poptávku podle odlišného klíče, než tomu

bývá u většiny ostatních studentských výzkumů zabývajících se tématem zahraničních mobilit.

Práce je rozdělena do sedmi kapitol následovaných přílohami. Po úvodní kapitole následují teoretická východiska postojů zákazníka, v této kapitole se autor věnuje věcnému popisu a vysvětlení různých marketingových a psychologických pojmů, jež jsou pro práci kardinální. Třetí kapitola pojímá trh studentských zahraničních mobilit, součástí kapitoly je také zamyšlení se nad důležitostí studentských mobilit ze dvou hledisek. Prvním z nich je hledisko kulturních rozdílů a lidských reakcí na ně, autor diskutuje fenomény jako stereotypy, předsudky a propaganda a hovoří o pozitivním vlivu, který mohou zahraniční výjezdy mít na současnou a budoucí generaci. Druhým z nich je hledisko porovnání materialistického konzumování a zážitkového konzumování. Přestože v obou případech jde o jakousi spotřebu statků, autor poukazuje na rozdíly mezi oběma procesy, a tím opět vyzdvihuje pozitivní vliv studentských mobilit. V další kapitole je popsána metodika výzkumu, ta je rozdělena na přípravnou a realizační fázi a je v ní přiblížen celý proces výzkumu. Po metodice následuje pátá kapitola, ve které autor analyzuje a interpretuje výsledky výzkumu. V šesté kapitole autor představuje výčet a popis návrhů a doporučení, které zpravidla (až na drobné výjimky) vycházejí z provedeného výzkumu a jejichž účelem je pozvednout povědomí a zájem studentů o zahraniční výjezdy nabízené fakultou. Závěrečná kapitola je stručným shrnutím předchozích kapitol.

2 Teoretická východiska postojů zákazníka

V této kapitole se autor věnuje teoretickým východiskům postojů zákazníka. Kapitola není omezena pouze na spotřebitelské pojetí, i když z něj rovněž vychází, nýbrž zasahuje až do pojetí čistě psychologického.

2.1 Úvod do postojů

Hovoří-li se o postoji k nějakému produktu/službě, jsou postoje zákazníků součástí spotřebitelského chování, hovoříme-li o postoji jako o obecném pojmu, jde v jeho vztahu ke spotřebitelskému chování spíše o dvě protínající se množiny.

Spotřebitelské chování je studie procesů, které se objevují, když jedinci nebo skupiny vybírají, nakupují, používají nebo se zbavují produktů, služeb, nápadů nebo zážitků za účelem uspokojit své potřeby a touhy (Solomon, 2016).

Postoje jsou tvořeny vztahem k hodnotám. Nakonečný (2009) vymezuje postoje jako hodnotící vztah.

Hodnocení je důležitým aspektem vztahu člověka ke světu, jde o komplementární proces poznávání, či lépe řečeno o výsledek komplementarity poznávání a cítění. Může jít o verbální vyjádření se k určitému objektu nebo o neverbalizovaný vztah. Odráží subjektivní prožívání významu objektů, tj. osob, věcí, jevů, idejí i jejich dílčích vlastností a vztahů mezi nimi. Hodnocení je vědomé i nevědomé prožívání hodnoty předmětů evaluace, jejich tříd a vztahů, vyjadřuje subjektivní význam (Nakonečný, 2009).

Postoje mohou nabývat různých významů. Mohou být pozitivní nebo negativní, ale také ambivalentní, s čímž je spojen pojem kognitivní disonance, jenž je rozebrán dále v této kapitole. Postoje mohou být také neutrální, subjekt může být k objektu zcela či částečně indiferentní.

Postoj je komplexní fenomén, který je tvořen celou řadou aspektů.

2.2 ABC model

Nakonečný (2009) uvádí tři složky postoje. Jsou jimi:

- emocionální složka (affect),

- konativní složka (behaviour),
- kognitivní složka (cognition).

Tyto složky společně tvoří tzv. ABC model. Zkratka ABC je vytvořena z počátečních písmen anglických názvu jednotlivých složek.

Emocionální složka vyjadřuje pocit subjektu, který má vůči objektu hodnocení. Toto reflektuje, jak se subjekt cítí. Subjekt hodnotí kouření jako špatné, má k němu averzi, nelíbí se mu.

Konativní složka je chování subjektu vůči objektu hodnocení, ale obsahuje také záměr subjektu něco vykonat, tedy i potenciální chování, které nikdy nemusí být uskutečněno. Subjekt nekouří, subjekt by se rozešel s partnerem, kdyby zjistil, že partner kouří.

Kognitivní složka je soubor informací, které subjekt o objektu má, nevyjadřuje však pocity a soudy, jde spíše o popis. Subjekt ví, že kouření je zdraví škodlivé a může způsobovat rakovinu.

Vyjmenované a popsané složky byly v předchozích třech odstavcích vůči sobě navzájem konzistentní. Subjekt věděl, že kouření škodí, neměl ho rád, nekouřil. Tato bezespornost však není pravidlem. Inkonzistence může být mezi jednotlivými složkami, ale také uvnitř jedné. Nakonečný (2009) popisuje případ zdánlivé inkonzistence na vztahu Adolfa Hitlera vůči Josifu Stalinovi. Hitler údajně Stalina obdivoval, ale současně jej nenáviděl, obdiv a nenávisť se dle Nakonečný (2009) příliš neslučují, nicméně podotýká, že se nemusí navzájem ani vylučovat. Jestliže Hitler Stalinovi jeho moc a pozici záviděl, o rozpor ve skutečnosti nešlo.

2.2.1 Kognitivní disonance

Je-li však inkonzistence skutečná a jednotlivé složky postoje jsou vyloženy v opačné pozici, dochází k tzv. kognitivní disonanci. Na případu kouření by byla situace následující. Subjekt ví, že kouření je škodlivé a může způsobovat rakovinu (kognitivní složka je záporná), zároveň cítí, že kouření je špatné (emocionální složka je záporná), ale přesto kouří (konativní složka je kladná). Takto významná disonance nemůže trvat věčně, neboť se tím narušuje vnitřní integrita a konzistence subjektu. Časem tedy dojde ke změně

některé části ABC modelu. Subjekt buďto změní své chování, a přestane kouřit, nebo si vytvoří argument, o který následně opře své dosavadní chování a přetvoří kognitivní i emocionální složku na kladnou. Takovým argumentem by v případě na cigaretách závislého subjektu byl například fakt, že jeho strýc také kouřil a dožil se 90 let.

2.3 Psychologické procesy působící na postoje

Postoj nemusí být nutně nijak opodstatněn, nemusí být ani možný rozebrat a vysvětlit, ale existují procesy, které postoje jedince výrazně ovlivňují. Jsou jimi motivace, vnímání a učení. Při snaze o úplnou abstrakci, mohou být vidět spojitosti s jednotlivými procesy a jednotlivými částmi ABC modelu. V takto abstrahovaném modelu může skutečně motivace konvenovat konativní složce postoje, vnímání emocionální složce postoje a učení kognitivní složce postoje. Ve skutečnosti tomu tak však není, každý z těchto procesů ovlivňuje více či méně každou složku postoje a také postoje jako celek.

2.3.1 Motivace

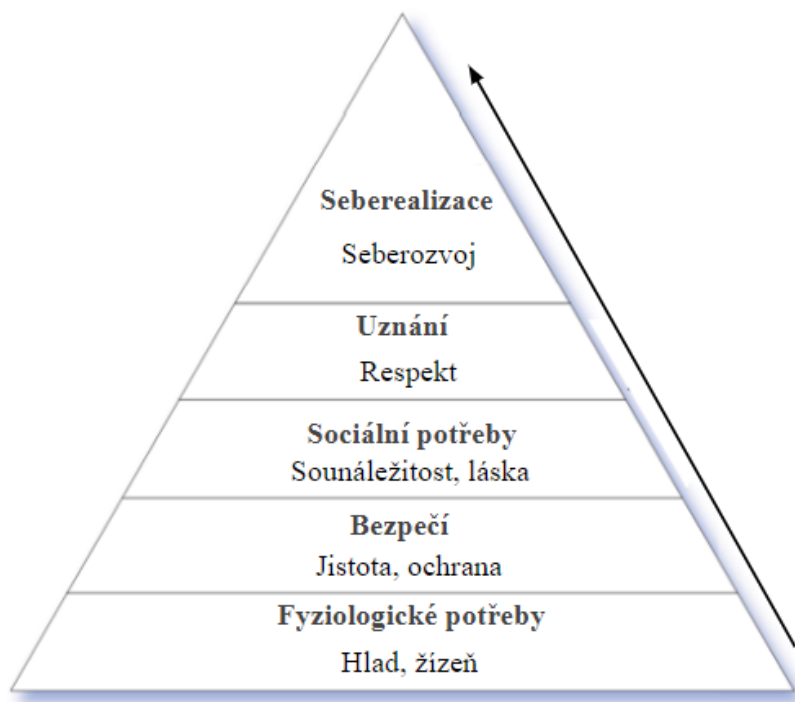
Základem motivace je nějaká potřeba. Motiv je potřeba, jež je dostatečně naléhavá, aby nasměrovala člověka k hledání uspokojení této potřeby (Kotler a Armstrong, 2014). Kotler a Armstrong (2014) rovněž uvádějí dvě nejrozšířenější teorie motivace, a to teorii Sigmunda Freuda a teorii Abrahama Maslowa, dodávají, že obě nesou rozdílný význam pro spotřebitelskou analýzu a marketing.

Ve své teorii Sigmund Freud předpokládá, že lidé si do značné míry nejsou vědomi reálných psychologických sil, které formují jejich chování. Ve své teorii naznačuje, že kupní (a jiné) rozhodování člověka je ovlivněno řadou podvědomých motivů a procesů, kterým ani samotný jedinec není schopen plně porozumět (Kotler a Armstrong, 2014). Kotler a Armstrong (2014) dále uvádějí jako příklad takové situace člověka ve středních letech, který si kupuje nový kabriolet a vědomě jako důvod tohoto činu uvádí to, že má rád vítr ve vlasech, přičemž za rozhodnutím uskutečnit takovou koupi ve skutečnosti stojí jeho touha oslnit ostatní, o které tento jedinec sám doopravdy neví.

Abraham Maslow se vedle toho pokusil vysvětlit, proč jsou různí lidé ve stejném čase motivováni jinými motivy. Maslow našel souvislost mezi motivem a situací, ve které se jedinec nachází. Maslow sestavil pyramidu lidských potřeb a vytvořil tím

hierarchii motivů. Nejpálčivější potřeby umístil dole, ty nejméně palčivé pak úplně nahoře (Maslow, 1943).

Jednotlivé potřeby jsou následující: fyziologické potřeby (hlad, žízeň), potřeba bezpečí, sociální potřeby (pocit sounáležitosti, láska), potřeba uznání (respekt), potřeba seberealizace (seberozvoj). Pokud není naplněna potřeba nižšího podlaží, jedinec pravděpodobně nebude cítit pnutí naplňovat potřeby dalších podlaží.



Obr. 2.1 Maslowova pyramida potřeb, zdroj: vlastní zpracování dle Kotler a Armstrong, 2014

2.3.2 Vnímání

Motivovaná osoba je připravená jednat, to, jak bude osoba jednat je ovlivněno tím, jak vnímá svou situaci a prostředí okolo sebe (Kotler a Armstrong, 2014). Vnímání probíhá u všech jedinců pomocí smyslů: zraku, sluchu, čichu, hmatu a chuti, nicméně u každého jedince se proces vnímání liší. Kotler a Armstrong (2014) tvrdí, že proces získávání, organizování a interpretování smyslových vjemů je naprosto individuální, což způsobuje, že různí lidé získávají odlišné vjemy ze stejného stimulu. Kotler a Armstrong (2014) pro tento jev uvádějí tři percepční procesy jako důvody, jsou jimi:

- selektivní pozornost,

- selektivní zkreslení,
- selektivní retence.

2.3.3 Učení

Učení popisuje změny v chování jedince způsobené nabýváním zkušeností (Kotler a Armstrong, 2014). Teoretikové tvrdí, že většina lidského chování je naučená.

Kotler a Armstrong (2014) popisují význam učení pro spotřebitelské chování následovně. K učení dochází prostřednictvím souhry drivů, motivů, stimulů, podnětů a odpovědí. Drive je silný interní stimul, je to impuls k nějaké akci. Drive se stává motivem, jakmile začne směřovat ke specifickému uspokojení potřeby. Například jedincova touha po seberealizaci je drive, který se přemění v motiv v momentu, kdy jedinec získá potřebu zakoupit si nový fotoaparát, aby potřebu seberealizace uspokojil. Jedincova odpověď na nápad pořídit si fotoaparát je podmíněna okolními podněty. Tyto podněty poté ovlivní to, kdy, kde a jak jedinec na své potřeby bude reagovat, tedy v tomto konkrétním případě to, kdy, kde a jak si zakoupí nový fotoaparát.

Kotler a Armstrong (2014) dále vyzdvihují fenomén posílení, který vychází z učení. Vysvětlují jej následovně. Spotřebitel z předchozího odstavce si nakonec vybral fotoaparát značky Nikon a je s ním velice spokojený, což vede k posílení vlivu značky Nikon na spotřebitele. Příště, až bude spotřebitel potřebovat nějaké další elektronické zboží, je vysoce pravděpodobné, že se opět obrátí na značku Nikon.

2.4 Postoje a marketingové fenomény

V této podkapitole autor hovoří o postojích v marketingovém světě. Nejprve definuje pojmy zákazník a spotřebitel, poté popisuje míru provázanosti postojů a spokojenosti s produktem a následně rozebírá fenomén odmítání produktu/značky.

2.4.1 Zákazník a spotřebitel

Obecně se v marketingové literatuře používají pojmy “zákazník” a “spotřebitel”. Vztah těchto dvou pojmů se dá vyjádřit dvěma částečně se protínajícími množinami. Zákazník je uváděn jako osoba, která nakupuje případně platí produkt či službu. Spotřebitel je osoba, která produkt či službu spotřebovává, je to subjekt, jehož potřeby jsou produktem či službou naplněny. Zákazník a spotřebitel nejsou stejná osoba

například, když je zákazníkem rodič kupující autodráhu svému dítěti - spotřebiteli. Zákazník a spotřebitel jsou stejná osoba například v případě zahraničních výjezdů, kdy student, tedy zákazník a spotřebitel, "nakupuje" produkt zahraničního výjezdu od své univerzity a následně na něj odjíždí, spotřebovává ho.

Zahraníční výjezdy se tedy nacházejí v průniku množin spotřebitel a zákazník a pro další účely této práce mají totožný význam.

2.4.2 Spokojenost zákazníků

Spokojenost je subjektivní pocit jedince o naplnění jeho potřeb a přání (Kozel, 2006). Potřeby a přání, stejně jako následná spokojenost člověka, jsou závislé na zkušenostech, očekáváních a osobnosti subjektu. Spokojenost a postoje jsou velice provázané fenomény, které se navzájem ovlivňují oběma směry. Spokojenost s objektem ovlivňuje následný postoj subjektu k objektu a zároveň prvotní postoj subjektu k objektu ovlivňuje následnou spokojenost s objektem.

Spokojenost zákazníka zpravidla vede ke kladným postojům, k budoucí věrnosti ke značce nebo produktu, k doporučení značky/produktu dalším potenciálním zákazníkům, k pozitivnímu word of mouth. Nespokojenost pak naopak k postojům negativním.

Kladné počáteční postoje mohou působit jako katalyzátor následné spokojenosti, subjekt nemá pochybnosti hledá na značce/produktu dobré vlastnosti. V případě nemateriálního (zážitkového) produktu existuje možnost spokojenosti s produktem i v případě, že produkt nebyl zcela bezchybný. Student se naprosto spokojen se svým zahraničním výjezdem i přesto, že nastaly nějaké administrativní komplikace, které měly potenciál mu jeho zážitek otrávit. Avšak nenastalo to, jelikož student má k zahraničním výjezdu velmi kladný postoj a selektivně si zapamatuje a žíví ve svém podvědomí především ty kladné zážitky.

Kladné počáteční postoje mohou však také působit právě naopak. A to v případě, kdy kladné postoje znamenají přehnaná očekávání, která produkt není schopen naplnit. Propad mezi očekáváním a realitou vede ke zklamání, které umocní nespokojenost.

Oba případy fungují rovněž obráceně v případě počátečních negativních postojů.

2.4.3 Odmítání produktu/značky

Negativní počáteční postoje či úplně neexistující postoje mohou však také způsobit úplné odmítnutí produktu, úplně vyvarování se zakoupení produktu. Existuje řada důvodů pro vyhnutí se koupit určitého produktu, mezi nejvýznamnější důvody patří:

- nedostatečné povědomí o produktu,
- nízká vnímaná hodnota produktu,
- považování produktu za zbytečný,
- nepochopení smyslu produktu,
- pocit nedostupnosti produktu.

2.5 Typologie osobnosti

V této podkapitole autor popisuje teoretická východiska osobnosti, především se zaměřuje na typologii osobnosti, tedy způsob, jakým se jedinci dělí do různých osobnostních segmentů v závislosti na rozličných faktorech. V podkapitole jsou popsány primárně pojmy, kterým se následně autor věnuje v analytické části práce.

Při zjišťování postojů, obzvlášť jedná-li se o postoje k produktu studentských mobilít, je žádoucí mít alespoň stručný přehled o osobnosti respondenta. Osobnostní profil výrazně ovlivňuje chování studenta při tak významném životním kroku, jakým je výjezd do zahraničí. Není na místě v tomto případě nahlížet na demografické ukazatele jako na relevantní segmentační kritéria, neboť základní soubor je sám o sobě velmi specifický a není v něm prostor pro výraznou demografickou diverzitu. Psychologie se v této situaci nabízí jako ideální prostor pro hledání rozmanitosti ve výběrovém souboru.

Zařazení této podkapitoly je tudíž stěžejní pro to, aby práce byla konzistentní, komplexní a správně pochopena.

2.5.1 Osobnost a temperament

Osobnost může být definována jako soubor distinktivních a charakteristických vzorců myšlení, emočního prožívání a chování, ze kterých vychází způsob jakým individua interagují s fyzickým a sociálním prostředím (Noel-Hoeksema a kol., 2009).

Temperament je základní vlastností lidského duševního života. Temperament se dá také nazvat jako vzrušivost, je to tedy dispozice, která určuje formální vlastnosti reagování, jako je jeho síla, doba trvání, směr atd. Jde tedy v podstatě o vlastnosti osobnostní dynamiky, které se projevují hloubkou prožívání a jeho směřováním (Nakonečný, 2009).

Rubinštejn (1967) popisuje temperament jako dynamickou charakteristiku psychické činnosti individua, pro niž je příznačná především síla psychických procesů spojených s určitým stupněm napětí a dále s pohyby. Za základní dimenze temperamentu Rubinštejn (1967) považuje impulzivnost a tempo psychické činnosti.

Rothbart a Ahadi (1994) pojmají temperament v širším smyslu a definují ho jako konstituční podmiňování individuálních rozdílů z hlediska reaktivity a samoregulace, vyjadřované prostředky emocionality, behaviorální úrovně aktivity a pozornosti.

2.5.2 Optimismus a pesimismus

Optimismus a pesimismus mohou obecně být chápány jako základní charakteristika osobnosti jedince, je to vlastnost, která rozhoduje o tom, jak daný jedinec vnímá svět okolo sebe a jeho vývoj, z jaké stránky jej posuzuje a jaký vývoj očekává.

Současné psychologické přístupy nejčastěji považují optimismus za kognitivní charakteristiku a pojmají ho především na základě cílů, očekávání a kauzální atribuce (Dosedlová a kol., 2011). Optimismus se dá definovat jako generalizované očekávání kladného průběhu událostí i samotného výsledku nějaké události nebo činnosti (Carver a Scheier, 2001). Jelikož optimista očekává kladný budoucí vývoj a oplývá vysokou mírou důvěry v naplnění cíle, vzniká u něj vyšší pravděpodobnost, že se vůbec do nějaké činnosti pustí. Optimista má tendence vidět jasněji řešení než problém.

Pesimistický jedinec má naopak tendence předpokládat problematický vývoj událostí a pochybovat o možnosti dosažení cíle. Vzniká u něj tedy podstatně nižší šance, že se do určité činnosti pustí.

Seligman (1991) popisuje základní rozdíly mezi optimismem a pesimismem v rámci tří rovin, těmi jsou trvalost, pronikavost a naděje. Dle něj pesimisté mají sklon vnímat špatné události jako trvalé, optimisté naopak jako přechodné. Pesimisté jsou náchylní k vyšší pronikavosti problému, domnívají se, že problém má potenciál ohrozit

i další oblasti jejich života, optimista naopak udržuje problém ohraničený a nedovolí mu prostoupit dál. Co se týče naděje, optimista dokáže nacházet obecné a dlouhotrvající příčiny dobrých událostí a naopak specifická a přechodná objasnění událostí špatných.

Optimismus a pesimismus jako osobnostní atribut vstupují do dalších psychologických teorií a hrají významnou roli při typologii osobnosti, především v Hippokratově teorii a Eysenckově modelu.

2.5.3 Odpovědnost

Pojem odpovědnost obecně označuje ručení někoho za něco.

Člověk je považován za tvora svobodného, tedy za tvora, který jedná na základě vlastního rozumu a úsudku, tvora, který je schopen rozhodování a výběru. Sokol (2010) vysvětluje pojem svoboda a odpovědnost na příkladu zkoumání, které provedl I. P. Pavlov, Sokol (2010) tvrdí, že pes - v tomto případě naprogramovaný automat - nese odpovědnost za to, že po zazvonění/zasvícení začne slintat. Jde o podmíněný reflex, po stimulu přichází naučená reakce, není zde zapojena svobodná vůle. Člověk samozřejmě tyto reflexy má také (to ostatně bylo předmětem zkoumání fyziologa I. P. Pavlova), ale vedle nich oplývá ještě schopností hodnotit situaci, vyvozovat důsledky a na základě toho poté určit, jakou reakci bude na určitý stimul mít. Toto je svoboda a tato svoboda je úzce spjata s odpovědností.

Orwell (1949) ve své dystopické knize 1984 používá heslo “svoboda je otroctví”, což jde do jisté míry aplikovat na jakoukoliv svobodu, neboť jakákoliv svoboda s sebou nese povinnost nést důsledky svých činů. A nést důsledky svých činů je odpovědnost.

Odpovědnost jde ve společnosti nést také za činy druhých, například v pracovních kolektivech, kde nadřízený nese odpovědnost za činnost svého týmu. Sklon k takovému přejímání odpovědnosti je do jisté míry charakterový rys jedince a je stejně jako optimismus a pesimismus důležitým aspektem při typologii osobnosti.

2.5.4 Hippokratova typologie

Klasické typy temperamentu vytvořil již Hippokrates, narozen 460 př. n. l., antický lékař, který na základě pronikavého pozorování objevil podstatné souvislosti psychických rysů (Nakonečný, 2009). Byl to právě Hippokrates, kdo položil základní kameny psychologii temperamentu. Definoval čtyři tělní tekutiny a poznamenal, že

nadbytek některé z nich ovlivňuje temperament člověka. Těmito životními šťávami jsou: krev (sanguis), žluč (cholé), černá žluč (melancholé) a sliz (flegma). Na jejich základě pak Hippokrates rozlišuje čtyři druhy osobnosti:

- sangvinik,
- choleric,
- melancholik,
- flegmatik.

Remplein (1975) rozpracoval obsah klasických typů temperamentu následovně.

- Sangvinikova základní nálada je veselá. Jeho prožívání je slabé, povrchní, prchavé a nestejněměrné. Jeho způsob pohybu je rychlý, silný, prchavý a nerovnoměrný.
- Melancholikova základní nálada je smutná. Jeho prožívání je silné, hluboké, trvalé a stejnoměrné. Jeho způsob pohybu je pomalý, slabý, trvalý a rovnoměrný.
- Cholericova základní nálada je mrzutá. Jeho prožívání je silné, povrchní, prchavé a nestejněměrné. Jeho způsob pohybu je rychlý, silný, prchavý a nerovnoměrný.
- Flegmatikova základní nálada je vyrovnaná. Jeho prožívání je slabé, částečně hluboké, částečně trvalé a stejnoměrné. Jeho způsob pohybu je pomalý, slabý, trvalý a rovnoměrný.

S Hippokratovými typy temperamentu dále pracuje Hans Eysenck, který podrobněji rozpracovává způsob přiřazení jedince do jedné ze čtyř skupin a především definuje určitý soubor vlastností pro každou skupinu temperamentu (viz obr. 2.2).

2.5.5 Jungova typologie

Carl Gustav Jung rozlišuje lidskou populaci na dva tábory v závislosti na tom, jaké preference mají jednotlivci ve svém přístupu ke světu, tedy to, jaký typ prožívání a jednání upřednostňují před jiným.

Přístup ke světu dle Junga je buďto introvertní nebo extrovertní.

Introvertní člověk se zabývá zkoumáním a analyzováním svého vnitřního světa a je tedy introspektivní, stažený a velmi zaměstnaný vlastními úvahami a reflexemi vnějšku a má tendenci být nedůvěřivý (Jung, 1971). Introvertní jedinec čerpá energii především sám ze sebe, ze svého vnitřního světa a individuálních aktivit, převládá u něj interní motivace a raději pracuje sám. Tento jedinec má tendence stahovat se do sebe, případné problémy raději rozebírá sám se sebou.

Extrovertní člověk je společenský a preferuje přítomnost dalších lidí okolo sebe, ta mu totiž umožňuje přímou práci s lidmi. Když je extrovert ve stresu vyhledává společnost (Noel-Hoeksema a kol., 2009). Extrovertní jedinec čerpá energii z vnějšího světa a vnějších podnětů, energií ho nabíjí společenské aktivity a externí stimulace, je rovněž snáze motivován externími stimuly. Má rád pestrost.

Na oba tábory je samozřejmě třeba nahlížet jako na spektrum, na jehož jednomu konci je výhradně introvertní jedinec a druhém výhradně extrovertní jedinec. Lidé se však běžně na těchto koncích nenacházejí, nikdo není výlučně a stoprocentně pouze to nebo to, každý se přirozeně nachází někde mezi oběma konci s tím, že se k jednomu z nich více či méně blíží a inklinuje tedy buď k introvertnímu nebo extrovertnímu přístupu k prostředí.

2.5.6 Eysenckův model

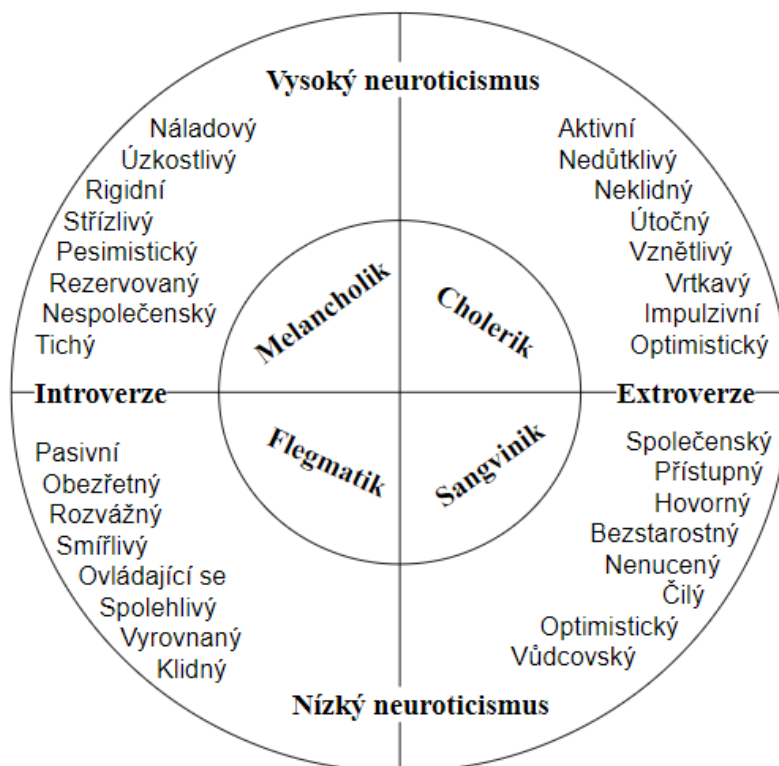
Britský psycholog Hans Eysenck přichází s modelem, ve kterém v podstatě kombinuje dva předchozí způsoby nahlížení na typologii osobnosti. Pomocí hodnocení na dvou základních škálách jsou jedinci tříděni do čtyř kategorií. Tyto škály jsou introverze-extroverze a emoční stabilita-nestabilita (neuroticismus). Čtyři kategorie kopírují Hippokratovu typologii, jde tedy o flegmatika, cholera, melancholika a sangvinika.

Neuroticismus je emocionální dimenze náladovosti, úzkostlivosti, temperamentnosti a schopnosti jedince přizpůsobit se nestabilnímu prostředí, změnám a komplikacím (Noel-Hoeksema a kol., 2009). Na jedné straně spektra stojí naprosto stabilní jedinec, kterého nerozhodní žádné nepředvídatelné události, na druhé straně spektra stojí nestabilní jedinec, kterého naopak ovlivní úplně vše.

Co se týče introverze a extroverze, Eysenck vychází z teorie Carla Gustava Junga. Eysenck se domnívá, že rozdíly mezi introvertem a extrovertem jsou dány biologicky.

Centrální nervový systém introvertů je citlivější na podněty než centrální nervový systém extrovertů. Lidé vyhledávají takové množství stimulace, které vyvolá přiměřenou úroveň nabuzení centrální nervové soustavy. Pro introverty je snazší tohoto stupně nabuzení dosáhnout, a tak mají tendence se vyhýbat vnějším spouštěčům, kdežto extroverti se tak snadno nevzruší, a proto vyhledávají silné podněty (Eysenck, 1990).

Jedinec se v rámci modelu umístí kdekoli na kruhovém dvoudimenzionálním grafu podle toho, jaké hodnocení na obou škálách obdrží, a dle toho lze následně poznat, do jaké ze čtyř kategorií spadá a jak silně jeho vlastnosti konvenují modelovým vlastnostem jednotlivých segmentů. Čím blíže k okraji kruhu se jedinec nachází, tím jednoznačnější je jeho zařazení do určité kategorie. Nachází-li se blízko hranici s jinou kategorií či přímo blízko středu kruhu, není jeho zařazení do segmentu tak jasné a jde pravděpodobně o kombinaci dvou či více kategorií, kdy ani jedna nemá výraznou převahu.



Obr. 2.2 Eysenckův model, zdroj: vlastní zpracování dle Robinson, 2001

2.5.7 Psychologie bradavických kolejí

Harry Potter je série fantasy knih napsaných britskou autorkou Joanne K. Rowling. Série čítá sedm knih, z nichž první vyšla v roce 1997 a poslední v roce 2007. V roce 2001 dostala první kniha ze série filmovou podobu, v dalších letech čekalo zfilmování i zbylých šest knih, poslední film ze série Harry Potter vyšel v roce 2011. Filmová série se skládá z osmi filmu, jelikož sedmá kniha je ve filmovém podání rozdělena na dva snímky. Filmové zpracování víceméně odpovídá knižní předloze, autor bude pro účely této práce vycházet především z knižní série.

Série Harry Potter přináší úplně nový kouzelnický svět, ve kterém platí pro určité věci a jevy odlišná pravidla, než ve světě reálném. V hlavní dějové linii se čtenáři na začátku série setkávají s téměř jedenáctiletým chlapcem Harrym, který bydlí u své tety a strýce na Londýnském předměstí. Harry se v den svých jedenáctých narozenin dozvídá, že je kouzelník, a získává přijímací dopis ze Školy čar a kouzel v Bradavicích. Knihy následně postupně mapují Harryho studium na zmíněné “internátní” škole, první díl popisuje první ročník, druhý díl druhý ročník a tak dále.

Svět, ve kterém se příběh odehrává, je velice konzistentní a do detailu promyšlený. Výjimkou není ani koncept rozdělení studentů do kolejí, jež se stávají domovem mladých čarodějek a kouzelníků po celou dobu studia na Škole čar a kouzel v Bradavicích. V Bradavicích se nacházejí čtyři koleje, do kterých jsou studenti na začátku svého studia rozdělení pomocí Moudrého klobouku. Moudrý klobouk totiž cítí studentovu duši, a tak je schopen poznat, do jaké koleje který student patří. Dělení probíhá především na základě osobnostních rysů a hodnot studenta (v rámci koleje pak ve studentovi psychologicky homogenní prostředí vyvolává pocit sounáležitosti), z tohoto důvodu se dá na koncept kolejí nahlížet jako na propracovanou typologii osobnosti, která umožňuje rozdělit lidi do čtyř osobnostních skupin. Rowling v podstatě vytvořila nové segmentační kritérium.

Koleje se nazývají Nebelvír, Mrzimir, Havraspár a Zmijozel.

Moudrý klobouk každý rok zahajuje rozdělování studentů do kolejí svou vlastní písní. Pro náhled do charakteru jednotlivých kolejí následuje přesná citace úryvku písně, kterou zpíval v Harryho prvním ročníku.

“Možná tě čeká Nebelvír,

*kde mají chrabré srdce;
odvaha, klid a rytířskost
jdou u nich ruku v ruce.
Nebo tě čeká Mrzimor:
máš jejich mravní sílu,
jsou čestní a vždy ochotní
přiložit ruku k dílu;
či moudrý starý Havraspár,
pokud máš bystrou hlavu,
tam důvtipní a chápaví
vždy najdou čest a slávu.
Nebo to bude Zmijozel,
kde nastane tvá chvíle -
ti ničeho se neštítí,
by došli svého cíle.”*
(Rowling, 2002, s. 113)

Biller (2019) definuje hlavní rysy Nebelvíru následovně: odvaha, statečnost, extroverze, orientace na zážitky a zkušenosti, sebevědomí, přímočarost, hravost, smysl pro humor, upřímnost, tvrdohlavost, arogance, pýcha, domýšlivost. U nebelvírského typu osobnosti existuje náchylnost ke zlehčování závažných věcí, zaměření se pouze na přítomnost, jednání bez rozmyslu. Pro Nebelvír je signifikantní neochvějná morálka.

Biller (2019) definuje hlavní rysy Mrzimoru následovně: loajalita, tolerance, trpělivost, pracovitost, přátelskost, oddanost, upřímnost, poctivost, ryzost, spravedlnost, spolehlivost, štedrost, pasivita, nerozhodnost, submisivita. U mrzimorského typu osobnosti existuje náchylnost k silným emočním prožitkům, sebelítosti, rezignovanosti. Mrzimorští mají tendence zdůrazňovat pravidla a rovnost, věřit v práci a odpovídající odměnu za ni, vystupovat jako prostředník.

Biller (2019) definuje hlavní rysy Havraspáru následovně: inteligence, moudrost, logika, kreativita, introverze, analytické myšlení, zvědavost, cyničnost, nezávislost, introspekce, pozornost, vyrovnanost, zasněnost. Existuje zde tendence soudit a chovat se kriticky, projevovat selektivní zájem. Student z Havraspáru má sklon spíše pozorovat

dění okolo sebe, než se jej přímo účastnit, a může trpět záchvaty posedlosti dokonalostí, někdy může mít obtíže nazírat na věci v širším měřítku, je ostražitý.

Biller (2019) definuje hlavní rysy Zmijozelu následovně: ambicióznost, mazanost, odhodlanost, vynalézavost, inovativnost, motivovanost, perfekcionismus, talent, charisma, manipulativnost, bezohlednost, způsobilost. Student ze Zmijozelu běžně vystupuje jako vůdce a má tendence využívat veškeré dostupné prostředky k dosažení vlastních cílů bez ohledu na morální zásady. Má sklon budovat s ostatními úzké blízké vztahy. Je motivován úspěchem a před činem analyzuje náklady a přínosy svého chování.

Při segmentaci do bradavických kolejí je nezbytně nutné brát v potaz fakt, že ne každý má všechny vlastnosti korelující s jeho kolejí, popisy kolejí jsou obecné a existuje mnoho výjimek.

3 Charakteristika trhu studentských zahraničních mobilit

Trh studentských mobilit je místo, kde se setkává nabídka mobilit poskytovaná institucemi a poptávka po mobilitách, kterou vykazují studenti. Hlavními nabízejícími institucemi jsou zde především jednotlivé univerzity, které odesílají studenty na individuální výměnné pobyty na jiné univerzity nebo přijímají studenty z jiných univerzit a umožňují jim, aby vykonali individuální výměnný pobyt právě u nich. Velmi důležitou zajišťující institucí je pro evropské univerzity Evropská unie, která koordinuje a spravuje mobility v rámci programu Erasmus+.

Trh studentských mobilit bude v této kapitole popsán z různých hledisek, nejprve bude popsána současnost studentských mobilit s důrazem na Ekonomickou fakultu Vysoké školy báňské - technické univerzity Ostrava a program Erasmus+, poté bude charakterizováno makroprostředí pomocí analýzy PEST (z pohledu univerzity nacházející se v České republice) a následně bude prodiskutována důležitost studentských mobilit z interkulturních hledisek a z hledisek zážitkového vs. materiálního nákupu.

3.1 Charakteristika studentských mobilit

Studenti Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava mají na výběr z mnoha alternativních možností výjezdu do zahraničí. Proměnné v rozhodování jsou to, zda chce student jet na studijní pobyt či na pracovní stáž, dále pak to, zda chce vyjet v rámci Evropské unie s programem Erasmus+ či vyjet mimo Evropu se stipendiem VŠB-TUO, případně jinou variantou podpory. Počet povolených výjezdů není přesně vymezen, student má nárok strávit v zahraničí maximálně 12 měsíců v rámci jednoho studijního programu (bakalářského, magisterského a doktorského).

V rámci studijních pobytů má student možnost se rozhodnout, zda pojedete do zahraničí v rámci programu Erasmus+, či zvolí jinou alternativu. Dalšími alternativami jsou výjezdy s podporou stipendia VŠB-TUO (jde o zahraniční výjezdy teritoriálně neomezené, student si může vybrat partnerskou univerzitu VŠB-TUO nebo formou "freemover" sám oslovit jakoukoliv univerzitu a v případě kompatibility domácí a zahraniční univerzity absolvovat svůj výjezd tam), Double degree program (ten jde v současné době absolvovat na University of Huddersfield), CEEPUS program (středoevropský výměnný univerzitní program zaměřený na regionální spolupráci v rámci

síť univerzit), zahraniční pobyt na základě mezivládních dohod (ve spolupráci s MŠMT) a dále další stipendijní programy, které se specializují na konkrétní země (například DAAD Německo, AKTION Rakousko, ...).

V rámci programu Erasmus+ může student rovněž vyjet na pracovní stáž, další alternativou je výjezd na pracovní stáž s podporou stipendia VŠB-TUO.

Od roku 2016 lze požádat o Stipendium na podporu mobility studentů VŠB-TUO také k účasti na letních/zimních školách. Letní/zimní školy bývají zpravidla kratší než studijní zahraniční pobyty a jedná se zejména o komerční nabídku, tudíž je třeba počítat s poplatky za školu.

3.1.1 Grant

Jelikož je finanční náročnost nejočekávanější bariérou zahraničního pobytu pro studenty, je nutné v této podkapitole popsat, jak funguje finanční podpora pro vyjíždějící studenty.

Student vyjíždějící na zahraniční pobyt v rámci programu Erasmus+ má nárok na stipendium Evropské unie, jehož výše závisí na zemi domovské univerzity, zemi zahraniční univerzity, délce zahraničního pobytu a faktu, zda jde o studijní pobyt nebo pracovní stáž. Jelikož je tato kapitola zaměřena na mobility v rámci Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava, všechny zmíněné částky budou vycházet z předpokladu, že student vyjíždí do zahraničí z České republiky.

Cílové země (země zahraničních univerzit) jsou rozděleny do tří skupin dle životních výdajů dané země, přičemž skupina 1 obsahuje země s vysokou finanční náročností a skupina 3 země s nejnižší finanční náročností. Dle zařazení cílové země do skupiny finanční náročnosti je poté studentovi vypočítána výše stipendia, na které má v rámci svého pobytu nárok. Stipendium určené pro pracovní stáž je o 180 Eur na měsíc vyšší než stipendium určené pro studijní pobyty. Tabulka níže je zjednodušenou verzí kompletní tabulky obsahující všechny potřebné informace o výši stipendií, která je dostupná na webových stránkách International Office.

Skupina	Cílová země	Studijní pobyt	Pracovní stáž
1	Dánsko	519 EUR/měsíc	699 EUR/měsíc
	Finsko		
	Irsko		
	Island		
	Lichtenštejnsko		
	Lucembursko		
	Norsko		
	Švédsko		
2	Belgie		
	Francie		
	Itálie		
	Kypr		
	Malta		
	Německo		
	Nizozemsko		
	Portugalsko		
	Rakousko		
	Řecko		
Španělsko			
3	Bulharsko	420 EUR/měsíc	600 EUR/měsíc
	Estonsko		
	Chorvatsko		
	Litva		
	Lotyšsko		
	Maďarsko		
	Polsko		
	Rumunsko		
	Severní Makedonie		
	Slovensko		
	Slovinsko		
	Srbsko		
	Turecko		

Tab. 3.1 Výše grantu, zdroj: vlastní zpracování dle IO EkF VŠB-TUO, 2021

Studenti vyjíždějící na zahraniční výjezdy mimo program Erasmus+ mají rovněž nárok na finanční podporu, je ovšem řešena jiným způsobem. Veškeré informace jsou přehledně zpracovány na webové stránce International Office.

3.1.2 Proces zařizování zahraničního výjezdu na EkF VŠB-TUO

Pro to, aby student mohl vyjet na zahraniční pobyt, je třeba, aby splnil následující tři podmínky.

- Mít úspěšně vykonaný jazykový test nebo platný jazykový certifikát.
- Mít splněny studijní povinnosti z předchozích let.
- Být zapsán do bakalářského, magisterského nebo doktorského studijního programu.

Jednotlivé kroky přípravy na zahraniční pobyt jsou následující.

- Informační schůzka: Koná se na začátku každého semestru a slouží k tomu, aby student uvažující o zahraničním výjezdu získal informace, jak má postupovat při přihlašování a jak vybrat univerzitu.
- Výběr zahraniční univerzity: Tento krok obsahuje podání online přihlášky na zahraniční výjezd v systému Edison, kde student zvolí vybranou zahraniční univerzitu. Následně International Office nominuje studenta na zahraniční výjezd. Výběr univerzity je individuální proces každého studenta, při kterém je třeba zvážit především relevanci předmětů nabízených zahraniční univerzitou vzhledem k povinným předmětům na domácí univerzitě (tento krok je třeba konzultovat s garantem studentova oboru), důležité je věnovat pozornost také tomu, zda na zahraniční univerzitě probíhá výuka v jazyce, ve kterém chce student studovat (nejčastěji v angličtině).
- Learning Agreement: Learning Agreement je studijní plán, který si student stanoví ve spolupráci s garantem svého oboru. Student si vybere předměty, které bude studovat na zahraniční univerzitě, garant rozhodne, které předměty z domácího studijního plánu studentovi budou uznány a které si bude muset dodělat po návratu ze zahraničí formou rozdílové zkoušky.
- OLS test: Jde o povinné online jazykové testování před a po zahraničním výjezdu zavedené Evropskou komisí. Jazyková podpora se týká jazyka, ve kterém bude student v zahraničí studovat, nikoliv úředního jazyka cílové země. OLS test nabízí

kromě povinného testování také jazykové kurzy, kterých se student může online účastnit po celou dobu zahraničního pobytu.

- Cestovní pojištění: Mít zajištěné pojištění léčebných výdajů platné pro cílovou zemi je jednou z podmínek programu Erasmus +. Student je tedy povinen si toto pojištění zařídit a doložit kopii smlouvy nebo originál o sjednaném pojištění na celou dobu studia v zahraničí.
- Účastnická smlouva: Podpis účastnické smlouvy následuje po splnění všech předchozích kroků a je podmínkou pro udělení grantu i absolvování pobytu v zahraničí.

Tento postup je základní a obecný, proces může být rozšířen o pár dalších kroků v závislosti na tom, jak probíhá přijímání na zahraniční univerzitě. Některé zahraniční univerzity požadují další dokumenty (například výpis již absolvovaných předmětů na domácí univerzitě).

Výše popsaný postup se týká studijního zahraničního pobytu v rámci programu Erasmus+, procesy zařizování dalších alternativních zahraničních výjezdů vycházejí z podobného konceptu, nicméně v některých aspektech se liší. Kompletní informace jsou přehledně zpracovány na webové stránce International Office. Pro tuto podkapitolu byl pro konkrétnější popis postupu vybrán právě studijní pobyt v rámci programu Erasmus+, a to zejména z toho důvodu, že jde o nejčastější způsob studentského výjezdu.

3.2 Charakteristika makroprostředí

Makroprostředí je takové prostředí, které obklopuje subjekt, je to tedy vnější prostředí a je zpravidla subjektem neovlivnitelné. Subjekt je naopak tímto prostředím velmi silně ovlivňován, neboť v něm existuje a musí se řídit pravidly a nároky, které na něj toto prostředí klade. Makroprostředí bude v této práci popsáno pomocí PEST analýzy, která hodnotí 4 různé oblasti prostředí, těmi jsou:

- politické a legislativní prostředí,
- ekonomické prostředí,
- sociální prostředí,

- technologické prostředí.

3.2.1 Politické a legislativní prostředí

Univerzita nacházející se v České republice podléhá českému právnímu řádu a souboru norem, které upravují chování jednotlivých subjektů v rámci republiky. Česká republika je od roku 2004 členem Evropské unie, a tudíž jsou její právní normy přizpůsobeny evropské legislativě.

Důležitým faktorem, který zde velmi pozitivně působí na mobilitu studentů, je fakt, že v rámci Evropské unie mají občané na základně unijního práva zaručen volný pohyb po Evropské unii, občanům Evropské unie a jejich rodinným příslušníkům je umožněno svobodně se pohybovat a žít v jakékoliv zemi Evropské unie.

Studentům z Evropské unie je umožněno strávit určitou dobu svého studia na zahraniční univerzitě za stejných podmínek, jaké mají tamní studenti, přičemž jsou osvobozeni od placení poplatků za studium. V rámci Evropské unie také funguje speciální kreditový systém ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System), jenž zajišťuje, že kredity získané na zahraniční univerzitě budou přijaté domovskou univerzitou. ECTS stanovuje, že požadovaný objem práce studenta za rok by měl odpovídat přibližně 60 kreditům a 1500 - 1800 hodinám práce (Evropská komise, 2020). Konkrétní přiřazení kreditů kurzům je v pravomoci samotných univerzit.

Evropská unie aktivně podporuje priority boloňského procesu, který směřuje ke srovnatelnějším, kompatibilnějším a soudržnějším systémům vysokoškolského vzdělávání v Evropě. Evropský parlament dlouhodobě projevuje zájem o konsolidaci a pokrok boloňského procesu, v roce 2012 přijal usnesení, které zdůraznilo význam boloňských reforem pro vytvoření Evropského prostoru vysokoškolského vzdělávání (EHEA) (Evropský parlament, 2021). Parlament také úspěšně usiluje o zvyšování rozpočtu pro stávající programy v oblasti vysokoškolského vzdělávání.

Dalším velice závažným a aktuálním faktorem z oblasti politického a legislativního prostředí, který je třeba zmínit, jsou restriktce spojené se současnou pandemií viru SARS-Cov-2. Především restriktce spojené s vycestováním, s ubytováním na kolejích a s přechody mezi prezenční a distanční výukou a nejistoty s těmito restrikcemi spojené v současné době velmi negativně působí na studentskou mobilitu.

3.2.2 Ekonomické prostředí

Do faktorů tvořících ekonomické prostředí se obecně řadí především HDP, HNP, inflace, nezaměstnanost, úrokové míry nebo třeba úroveň ekonomické svobody dané země. V současné situaci jsou ekonomiky členských států Evropské unie tvrdě zasaženy probíhající pandemií. Ekonomický lockdown působí velmi negativně na všechny subjekty, které jsou do mobility zapojené, instituce mají nedostatek finančních prostředků, fyzické osoby se mohou potýkat s krachem podniků, ukončením pracovních poměrů, nižšími příjmy. Lidé mají strach o budoucnost, ekonomické jistoty se letos obrátily spíše v nejistoty.

3.2.3 Sociální prostředí

Česká republika měla dle dat zveřejněných Českým statistickým úřadem k 30. září 2020 celkem 10 727 839 obyvatel. Celkový přírůstek je od roku 2014 kladný, v roce 2019 činil 44 139 obyvatel, a to navzdory tomu, že v tomtéž roce byl přirozený přírůstek negativní, z toho vyplývá, že byl přírůstek obyvatelstva způsoben pouze přírůstkem zahraniční migrace.

Co se týče věkové struktury obyvatelstva, nacházejí se Česká republika v regresním typu věkové pyramidy. To v podstatě znamená stárnutí a vymírání populace, nejmenší množství lidí se nachází v dětském věku, nejvíce v druhé polovině reprodukčního věku či v postreprodukčním věku. Ve stejné situaci jako Česká republika se nachází rovněž většina dalších zemí západní a severní Evropy. Dle údajů zveřejněných Českým statistickým úřadem k 31. prosinci 2019 Česká republika měla 786 076 obyvatel ve věku 18 - 25 let, což věkově odpovídá studentům vysokých škol, pro které jsou studentské mobility určeny.

V posledním desetiletí prudce stoupá podíl vysokoškoláků v populaci České republiky, dle Statistického úřadu byl v roce 2017 podíl lidí ve věkové skupině 15 - 74, kteří dosáhli vysokoškolského vzdělání, 20 %, to je o 7,9 procentního bodu víc než před 10 lety. Přesto je však Česká republika ve srovnání v unijním průměrem podprůměrná.

Kromě demografických faktorů se do sociálního prostředí řadí také sociálně-kulturní faktory, jelikož to, v jaké společnosti člověk žije, velmi silně ovlivňuje jeho chování a přístupy ke všemu okolo něj.

Kultura je v určitém slova smyslu povahou společnosti, kultura je vše, co nevzniklo přirozeně z přírody, ale bylo to vytvořeno člověkem, tedy umělým procesem.

Koudelka (2010) uvádí určité znaky, kterými se kultura vyznačuje, těmi jsou:

- získává se učením, není vrozená,
- pomocí socializačních činitelů, jimiž jsou například rodina a škola, se přenáší z generace na generaci,
- je sdílená určitou skupinou lidí bez ohledu na početnost dané skupiny,
- jednotlivé kultury se od sebe liší,
- je adaptivní.

Sociální predispozice poté velmi úzce souvisí s kulturou, jde zde však spíše o individuálnější působení společnosti (rodiny, kamarádů, celebrit a tak dále), ne o působení povahy společnosti jako celku.

Pro lepší pochopení působení sociálně-kulturních faktorů na studentské mobility je důležité uvědomit si trendy nejen celospolečenské, ale především trendy generace, pro niž je produkt mobility určen. Produkt je momentálně určen pro mladší část generace Y a starší část generace Z. Generace Y, nazývána také jako mileniálové, jsou lidé narození mezi roky 1983 a 1997, generace Z jsou lidé narození od roku 1998 po současnost, kdy se již generace Z láme v novou generaci Alfa.

Velčovská (2018) popisuje generaci Y následujícím způsobem. Bývají popisovány jako pragmatičtí, důvtipní, optimističtí, společenšší, ekologicky uvědomělí a otevření novým experimentům. Zakládají si na vysokém sebevědomí a ambicích. Všechny popsané vlastnosti v čele s tím, že jsou mileniálové otevření novým experimentům značí, že jejich zájem o mobility je/bude vysoký. Mileniálové jsou dost často rovněž popisovány jako emotivní generace, která raději investuje do zážitků než do materiálních produktů. Se zážitkovým nákupem je spojen obrovský trend mezi mladými generacemi, jímž je cestování, studium a život v zahraničí, poznávání nových kultur, boření stereotypů a předsudků.

I společenské prostředí je ovlivněno současnou pandemií, studenti mohou mít tendence držet se více doma, necestovat a neriskovat. Dokud bude pandemie trvat, bude nejspíš studentská mobilita zažívat úpadek, avšak je možné, že po zmírnění restrikcí i celospolečenského strachu vakcínou budou studenti naopak tyto možnosti využívat více v porovnání se stavem před pandemií. Mnoho z nich si totiž nejspíš uvědomí, jak křehká a nesamozřejmá je bezpečná svobodná situace, kdy má člověk nekonečně mnoho možností, a třeba přestanou odkládat zahraniční výjezdy na “příště”.

3.2.4 Technologické prostředí

Všeobecná digitalizace spolu s rozvojem a implementací technologií do běžného života byla trendem už v době před pandemií, dnes je to však ještě mnohonásobně aktuálnější téma. Každodenní úkony a interakce mezi lidmi na profesionální, akademické i soukromé úrovni se v zájmu zachování co největšího sociálního odstupu přesouvají do online světa. Školy a univerzity po celém světě v roce 2020 aspoň na část roku přešly na distanční výuku, tedy do stavu, kdy veškeré vzdělávání probíhá na dálku přes internet. Přesun do digitálního světa spoustu procesů usnadnil, ale zároveň je to také velký problém, jelikož s odstraněním skutečného mezilidského kontaktu ztrácejí studenti (nejen) na zahraničních výjezdech důležitou složku studia, a to poznávání nových lidí, nových kultur, začlenění se do rozličných kolektivů a také zkušenosti s reálnou konverzací v cizím jazyce. Toto může v současné době velmi ubírat zahraničním výjezdům na atraktivitě.

Při vynechání faktoru pandemie však digitalizace a moderní technologie velmi výrazně usnadňují výjezd i pobyt v zahraničí. V online prostředí je možné nalézt téměř kompletní informace k výjezdu, pomocí internetu také často probíhá téměř veškerá komunikace s univerzitami. Díky specifickým webovým stránkám a databázím se mohou studenti snadno dostat také ke zkušenostem ostatních studentů, kteří už zahraniční výjezd absolvovali, následně si porovnat různé univerzity a najít pro sebe tu nejvhodnější za použití různých zdrojů a ne pouze těch, které nabízí sama univerzita.

3.3 Důležitost studentských mobilit

Důležitost studentských mobilit bude v tomto oddíle autorem posouzena pomocí dvou studií, ani jedna z těchto studií se přímo nezabývá studentskými zahraničními pobyty, ale obě se zabývají důležitým fenoménem dnešní konzumní doby. První z nich je

studie Ganeshe Nathana s názvem A Non-Essentialist Model of Culture, jenž se zabývá vnímáním kultury a kritizuje dle něj omezující přístup Geerta Hofstedeho ke kultuře. Druhou z nich je studie a experiment, který provedli Leonardo Nicolao, Julie R. Irwin a Joseph K. Goodman a který se jmenuje Happiness for Sale: Do Experiential Purchases Make Consumers Happier than Material Purchases?

3.3.1 A Non-Essentialist Model of Culture

Browayes a Price (2015) tvrdí, že kultura není dědičná, za fundamentální aspekt kultury považují to, že je naučená. Definují ji jako souhrn chování, způsobu uvažování, norem a hodnot.

Dle Nathan (2015) je kultura zakořeněna v lidských podmínkách, je dynamická, kontinuální, proměnlivá, heterogenní, vnitřně rozpolcená a má rozmazané obrysy. Nathan nazývá tento pohled na kulturu neesencialistickým pohledem. Popisovat kulturu esencialisticky jako něco statického, homogenního, holisticky deterministického, ohraničeného a zakořeněného v lidské přirozenosti se zdá být nedostatečné pro pořádné a skutečné pochopení světa obchodních vztahů, ale také pro pořádné a skutečné pochopení vztahů mezi lidmi, společnostmi i celými zeměmi.

Dle Nathan (2015) je nutné chápat kultury jako dynamické protínající se kulturní systémy a vzájemně se ovlivňující sociální instituce, v nichž jednotlivci nebo kolektivy interagují s ostatními za účelem dosáhnout svých cílů. Toto chápání odmítá esencialistický pohled na kulturu jako na statický ohraničený vnitřně jednotný jev. Rovněž to popírá dichotomii mezi kulturou a institucemi. Kultury pojaté jako protínající se kulturní systémy zajišťují pochopení kulturních znaků napříč kulturami, popírají nutnost holisticky přijmout nebo odmítnout kulturu, ukazují, že dokonce i uvnitř jedné kultury může existovat normativní zpochybňování hodnot a postupu, zavádějí mezikulturní spravedlnost.

Následuje autorova reflexe na Nathanovu publikaci.

Aristoteles (1944) řekl, že člověk je tvor společenský (v originálním znění: „ὁ ἄνθρωπος φύσει πολιτικὸν ζῷον ἐστίν“), to znamená, že člověk není schopen žít sám, dle Aristotela mají lidé tendenci organizovat se do skupin s vůdci, manažery a pravidly. Je-li člověk tvor společenský, pak kultura existuje, a existuje-li kultura, pak je pro nás nevyhnutelná a je nutné jí rozumět.

Každý jednatel má vlastní osobnosti, slovo osobnost (anglicky personality) se vyvinulo z latinského slova persona, což v originálním pojetí byla maska využívána herci pro dramatická představení v divadle v antickém Římě a antickém Řecku (Jung. 2014). Masky nejsou hlavní charakteristikou osoby, protože maska není věčná a také proto, že zde není jen jedna maska pro jednoho člověka. Lidé oblékají spoustu masek, tyto masky se nazývají protínající se identity. Lidská identita se skládá z množství aspektů, těmi jsou například pohlaví, gender, věk, vzdělání, rodinné pozadí, sexualita, rasa, povolání a tak dále. Jinými slovy je možné říci, že ne všechny ženy se cítí jako ženy, ne všichni lidé v postproduktivním věku jsou heterosexuálové, ne všichni teenageři sdílí stejné hodnoty. To vše díky protínajícím se identitám, díky míchání masek.

Pokud se nevyhneme standardizování a zjednodušování kultury na něco homogenního a zakořeněného v lidské přirozenosti, povede to ke stereotypizování jednotlivců, k obhajobě špatného chování kulturou, k alibismu. Pokud nepřipustíme lidskou sílu volby a svobodného rozhodování o vlastních činech, ale budeme všechno schovávat za deterministickou kulturu, povede to k odstranění zodpovědnosti za vlastní protínající se osobnosti.

Jedním z významných nebezpečí stereotypizování je propaganda. Pokud někdo zamýšlí poškodit někoho reputaci, může jednoduše použít stereotypy a předsudky, které společnost neschopná myslet kriticky uznává, a může si být téměř jistý, že takový pokus bude úspěšný.

V roce 1950 v Československu, sousední Německé demokratické republice a Polsku měli zemědělci problém s Mandelinkou bramborovou. Tehdy v médiích silně ovlivněných politikou SSSR běžel spot o tom, jak Američané jsou zlí a zkažení tak moc, že poslali nad východní blok letadla plná těchto brouků za účelem zničit úrodu za železnou oponou. Zní to směšně, ale lidé z východního bloku, kteří byli už do té doby neustále masírováni výroky o tom, jak jsou Američané špatní, tomu doopravdy věřili. Nevníмали to tak, že Američan není jen Američan, ale že může být také zemědělec, matka, učitel a tak dále.

Dalším příkladem vzorově esencialistické propagandy je Caesarova nenávisť ke Galům. Caesar se pokoušel přesvědčit lidi, že Galové jsou všichni do jednoho špatní proto, že jsou Galové. Ve své propagandě házel všechny Galy do jednoho pytle hrůzných

stereotypů, tvrdil například, že Galové vytvářejí obrovské proutěné sochy a pálí v nich lidi zaživa jako oběti.

Ale Galové nepálili lidi zaživa (pravděpodobně) a Američané neposílali nad Československo infikovaná letadla Mandelinkou bramborovou (pravděpodobně). A pokud náhodou někteří z nich něco podobného dělali, chtěli dělat nebo zamýšleli dělat, neznamená to, že každý jednotlivý občan nacházející se ve stejné kultuře bude mít stejné tendence. Všichni Rakušané nejsou jen Rakušané. Lidé jsou prostě jen lidé oblékající si různé masky a plovoucí mezi změtí identit. Ale protože jsou všichni lidé tvorové společenští, bude zde vždycky existovat pojem kultura, ale snad to tentokrát bude kultura nedeterministická, kultura rovnocenná dalším kulturám, kultura nesoudící a nesouzená, kultura se svobodou volby, kultura bez stereotypů a předsudků.

Toto je nutné si uvědomit a studium v zahraničí je jedním z nástrojů, jak naučit mladou generaci poznávat a jednat s lidmi pocházejícími z odlišných kultur, všeobecný rozhled, osobní styky a zkušenosti, pochopení, tolerance, to jsou klíče ke globálnímu světu bez dezinformací, válek a genocid.

3.3.2 Happiness for Sale: Do Experiential Purchases Make Consumers Happier than Material Purchases?

Cílem experimentu je zjistit, zda jsou spotřebitelé šťastnější, nakupují-li zážitky místo klasických materiálních produktů. Dle studie je štěstí pozitivní a příjemný emoční nebo mentální stav a obecný dojem, že je život dobrý, štěstí je také úzce spojeno se subjektivní pohodou, je měřitelné, předvídatelné a je možné jej porovnat napříč různými kontexty.

Zážitkový nákup se vyznačuje nehmotností, nedostatkem vlastnictví, neoddělitelností, heterogenitou, tím, že podléhá zkáze, a tím, že je při něm více či méně nutná vědomá účast spotřebitele.

Výchozí pozice studie zní následovně. Nákup materiálních produktů může mít negativní dopady na lidské štěstí, jde-li pouze o nákup za účelem vyřešení nějakého diskomfortu, může tento nákup úplně postrádat radost. Kupování zážitků by naopak mohlo radost působit a štěstí zvyšovat. Studie se řídí heslem: “accumulate less, consume more.” (Což v překladu znamená: “hromadit méně, konzumovat více.”) Autoři experimentu si kladou za cíl otestovat tzv. doporučení zážitků, které zní tak, že jednotlivci

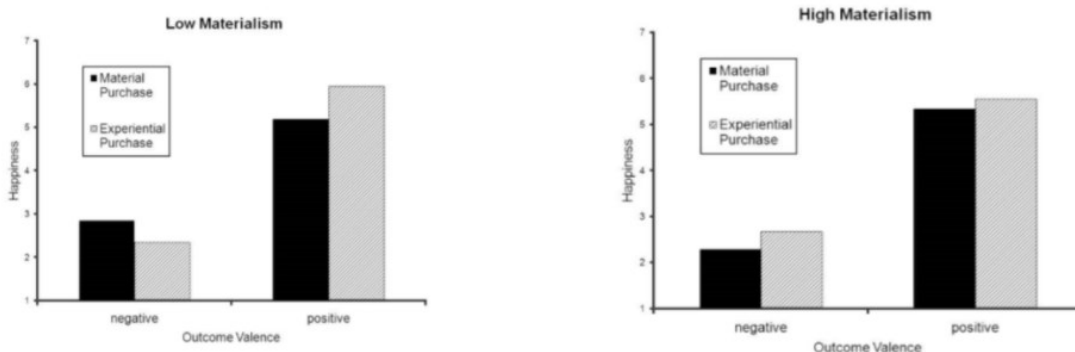
budou šťastnější, budou-li utrácet své prostředky za nákup zážitků a ne za nákup materiálních produktů.

Jedním z opěrných bodů studie je fenomén zvaný hédonická adaptace. Je to proces emocionálního vyrovnávání, které spočívá v odeznění pozitivních i negativních pocitů souvisejících se životními událostmi. Dle autorů studie je tato hédonická adaptace pomalejší pro zážitkový nákup (jedním z důvodů tohoto tvrzení je reinterpretace zážitku, vyprávění o něm, vzpomínání na něj a tak dále), pro zážitkový nákup by také mělo platit následující.

- Pozitivní nákup vede k většímu množství radosti v čase.
- Negativní nákup vede k nižšímu množství smutku v čase a to zejména proto, že lidský mozek účelně vytlačuje negativní bolestivé pocity z minulosti.

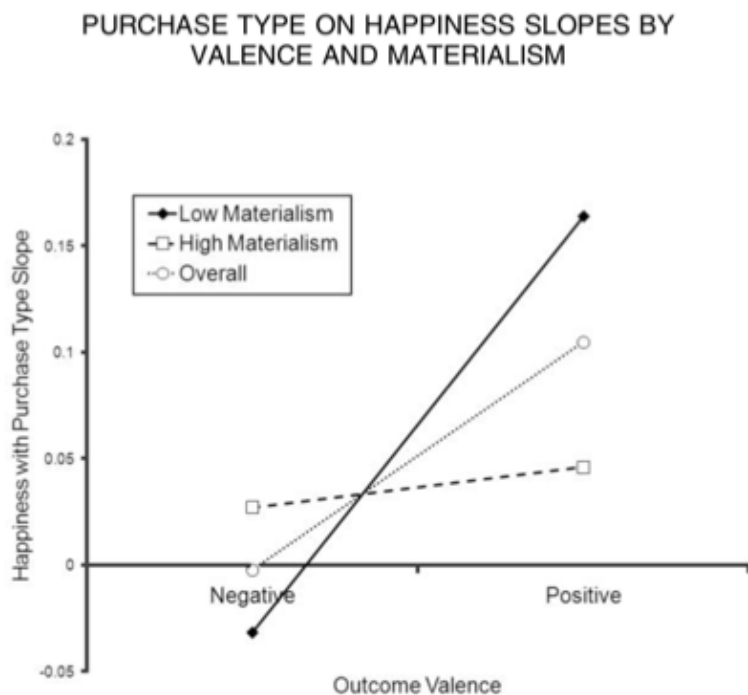
Experiment se skládá ze tří dílčích experimentů. Grafy na obrázcích 3.1 až 3.5 pocházejí přímo z originální studie, proto jsou v anglickém jazyce.

V prvním dílčím experimentu autoři zkoumají retrospektivní štěstí. Respondenti jsou požádáni, aby si vzpomněli na nákup, který v minulosti zažili a popsali s ním spojený pocit štěstí/neštěstí na škále od 1 do 7. Důležitým faktorem u tohoto dílčího experimentu bylo určení úrovně materialismu, kterým respondenti oplývají. U pozitivních pocitů z nákupu poměrně viditelně vede nákup zážitků (u nízké úrovně materialismu více, u vysoké úrovně materialismu malinko méně), u negativních pocitů z nákupu mírně vede materiální nákup (u nízké úrovně materialismu) nebo zážitkový nákup (u vyšší úrovně materialismu). Grafické zobrazení výsledků dílčího experimentu viz obrázek číslo 3.1 a 3.2.



Obr. 3.1 a 3.2 Experiment 1, zdroj: Nicolao a kol., 2009

Ve druhém dílčím experimentu autoři zkoumají vztah valence, štěstí a materialismu. Z výsledků experimentu je patrné, že u méně materialistických respondentů dochází při pozitivním nákupu k velmi prudkému stoupaní hladiny štěstí, u materialistických respondentů tento jev není, jejich štěstí se spíše drží stále na stejné hladině. Grafické zobrazení výsledků dílčího experimentu viz obrázek číslo 3.3.

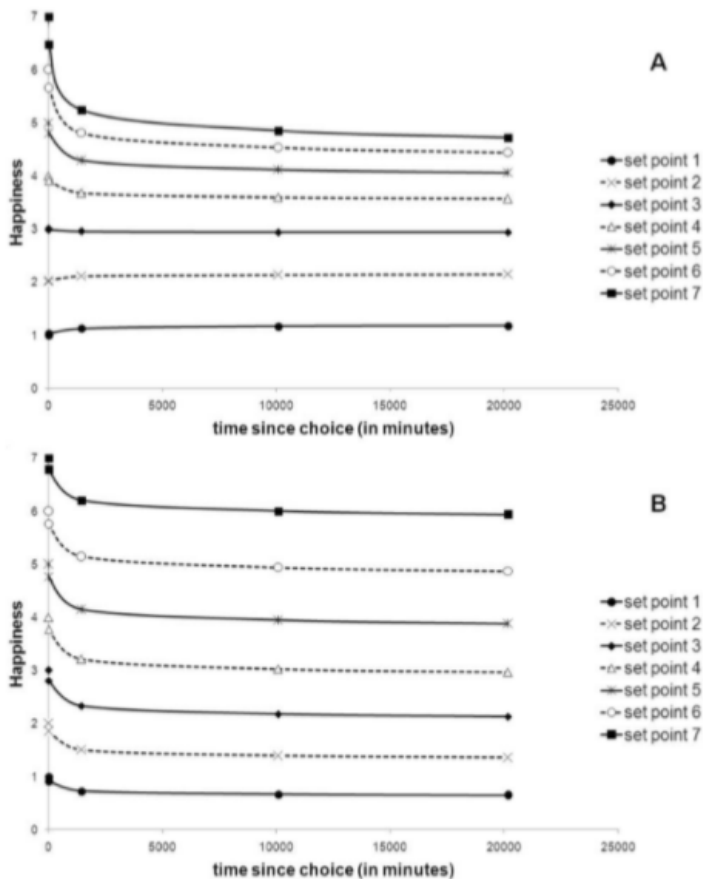


Obr. 3.3 Experiment 2, zdroj: Nicolao a kol., 2009

Ve třetím dílčím experimentu autoři zkoumají štěstí po nákupu trvajícím v čase. Z výsledků je patrné, že u materiálních nákupů má úroveň štěstí tendenci směřovat ke středu, tudíž vysoké hladiny štěstí ve velmi krátkém čase spadnou prudce dolů.

U zážitkových nákupů naopak vykazuje hladina štěstí stabilnější tendenci, sice klesající, ale velmi mírně. Grafické zobrazení výsledků dílčího experimentu viz obrázek číslo 3.4 a 3.5.

HAPPINESS WITH MATERIAL PURCHASES OVER TIME IN MINUTES (A) AND HAPPINESS WITH EXPERIENTIAL PURCHASES OVER TIME IN MINUTES (B)



Obr. 3.4 a 3.5 Experiment 3, zdroj: Nicolao a kol., 2009

Z celého experimentu tedy vyplývá, že štěstí pramenící ze zážitkového nákupu bývá silnější a trvalejší než štěstí pramenící z materiálního nákupu. Je třeba sice nezapomenout na důležitý faktor, který výsledné štěstí velmi ovlivňuje, a to úroveň materialismu respondentů. Nicméně zrovna cílová skupina studentských mobilit, tedy generace Y a Z, nemá vyloženě tendenci tíhnout k materialismu. Takže pokud se za účelem vyvození jednotných závěrů v tomto případě pohlédne na mladou generaci mírně esencialistickým pohledem, je možné vyvodit, že má pořízení si zážitku v podobě studia či stáže v zahraničí potenciál učinit studenty výrazně šťastnějšími, než kdyby si pořídili nový laptop.

4 Metodika sběru dat

V této kapitole je popsán průběh výzkumu, který byl vykonán za účelem analýzy postojů studentů EkF na Vysoké škole báňské k výjezdům do zahraničí. Kapitola, stejně tak jako samotný výzkum, se skládá ze dvou hlavních částí, jde o část přípravnou a realizační.

4.1 Přípravná fáze

V přípravné fázi autor definuje problém, cíl výzkumu, hypotézy, popisuje typy dat, se kterými bude pracovat, vymezuje, jakým způsobem bude data sbírat, definuje základní a výběrový soubor a předvádí časový harmonogram výzkumu, ve kterém speciální prostor věnuje tzv. pilotáži, tedy části výzkumu, která slouží k ověření správnosti a logiky výzkumné metody.

4.1.1 Definice problému

Odhlédne-li se od pandemie, která v současné době probíhá na všech kontinentech planety, je politicko-společenská situace v České republice v nejlepší kondici pro zahraniční výjezdy studentů. Politická situace v republice je klidná, mezinárodní vztahy republiky s ostatními zeměmi jsou klidné, hranice země jsou otevřené, země je od roku 2004 součástí nadnárodního celku Evropské unie a od konce roku 2007 rovněž členem Schengenského prostoru. Situace na Vysoké škole báňské - Technické univerzitě Ostrava je více než vhodná pro zahraniční výjezdy studentů, v podstatě zde neexistují čekací listiny, student se může na zahraniční výjezd přihlásit v jednom semestru a projde-li výběrovým řízením, v dalším semestru odjíždí. Přesto však není o zahraniční výjezdy tak velký zájem, jako je tomu na jiných univerzitách v zemi.

Výzkum provedený na Ekonomické fakultě výše zmíněné univerzity je cílený na studenty studující na dané fakultě, a to konkrétně na studenty prezenčního studia všech ročníků bakalářského i navazujícího magisterského studia, protože tito studenti tvoří majoritu poptávky po produktu zahraničních mobilit.

4.1.2 Cíl výzkumu

Cílem práce je zjistit a popsat postoje studentů EkF VŠB-TUO k univerzitním studentským mobilitám. Součástí tohoto je odhalení toho, zda jsou postoje studentů

k mobilitám kladné, záporné či jsou-li studenti k nabídce mobilit indiferentní, dále také zjištění příčin těchto postojů a rozpoznání bariér, které studentům brání ve výjezdu do zahraničí. To vše je následně autorem analyzováno na základě toho, jaký osobnostní profil respondenti mají. Součástí tohoto cíle je nalezení rozdílů v postojích mezi jednotlivými typy osobnosti a následně náčrt specifických aspektů komunikace International Office a dalších zainteresovaných subjektů pro jednotlivé osobnostní segmenty studentů.

Vedlejším cílem je popsat ideálního zákazníka International Office EkF VŠB-TUO dle typologie osobnosti.

4.1.3 Hypotézy

Hlavním cílem výzkumu je zjistit a popsat postoje studentů ke studentským mobilitám. Součástí tohoto cíle je obecná analýza postojů a analýza postojů na základě osobnostního typu respondenta. Při tvorbě dotazníků se autor zaměřuje na různé oblasti spojené s produktem mobilit. Dotazník i jeho následná analýza jsou vedeny tak, aby bylo možné ověřit předem stanovené hypotézy. Těmi jsou:

- H1: Minimálně 70 % studentů se zatím nezúčastnilo zahraničního pobytu.
- H2: Nejvýznamnější bariérou zahraničních pobytů je předpokládaná finanční náročnost.
- H3: Alespoň 70 % studentů považuje zahraniční pobyt za přínosný.
- H4: Průměrná míra souhlasu s pozitivními výroky je vyšší než průměrná míra souhlasu s negativními výroky.
- H5: Průměrná míra souhlasu s negativními výroky je nižší než 50 %.
- H6: Existuje závislost mezi introverzí/extroverzí a tím, zda se respondent domnívá, že je zahraniční pobyt pouze pro společenské lidi.
- H7: Extroverti vnímají zahraniční pobyt jako přínosnější více než introverti.
- H8: Existuje závislost mezi tím, do jaké kategorie Eysenckova modelu respondent spadá, a tím, zda již byl na zahraničním pobytu.

- H9: Existuje závislost mezi tím, do jaké kategorie Eysenckova modelu respondent spadá, a tím, zda považuje zahraniční pobyt za nenahraditelnou životní zkušenost či nikoliv.
- H10: Existuje závislost mezi tím, zda respondent rád přebírá odpovědnost či nikoliv, a tím, zda očekává výrazné zlepšení svého uplatnění na trhu práce díky zahraničnímu pobytu.
- H11: Optimisté hodnotí zahraniční pobyt jako přínosnější více než pesimisté.
- H12: Existuje závislosti mezi tím, zda respondent již na zahraničním pobytu byl, a tím, jaké k zahraničním pobytům má postoje.

Veškeré hypotézy jsou vztaheny k budoucím výsledkům výběrového souboru, se kterým autor v rámci výzkumu pracuje. Tvrdí-li tedy, že minimálně 70 % studentů zatím nezúčastnilo zahraničního pobytu, myslí tím, že minimálně 70 % studentů z výběrového souboru se zatím nezúčastnilo zahraničního pobytu.

Hypotézy byly stanoveny především na základě teoretických východisek osobnostních typů, autor zvažoval charakteristiku daného osobnostního typu či typologie a podle toho předem odhadl potenciální vývoj výsledků výzkumu (H6 - H11). Hypotézy H1 – H5 a hypotéza H12 vycházejí zejména z autorových osobních zkušeností se zahraničními pobyty.

4.1.4 Typy dat

K výzkumu byla využita především data primární, tedy data získaná prostřednictvím elektronického dotazování, ale také data sekundární, a to zejména data získaná z odborné literatury, Českého statistického úřady a data z již provedených experimentů.

4.1.5 Sběr dat k analýze

Dotazník byl sestaven tak, že obsahoval celkem 19 otázek, které autor pomyslně rozdělil na 3 části. První část dotazníku byla věnovaná otázkám, které se přímo týkají studentských mobilit, ve druhé části dotazníku autor zkoumal osobnostní profil respondenta, třetí část obsahovala demografické otázky, které však byly přizpůsobeny

charakteru výzkumu, a to především faktu, že výzkum probíhal jen a pouze v rámci bakalářského a navazujícího magisterského studia na Ekonomické fakultě VŠB-TUO.

Tento dotazník byl v elektronické podobě vložen na webový server www.vyplnto.cz, kde jej mohli respondenti ze základního souboru nalézt, distribuce dotazníku probíhala především online oslovováním respondentů na sociální síti www.facebook.com a skrz aplikaci MS Teams, kde probíhala distanční výuka.

Sběr dat proběhl na konci měsíce února a na začátku měsíce března v roce 2021 na výše zmíněném webovém serveru. Dotazník v originální podobě je k nahlédnutí v příloze číslo 1.

4.1.6 Základní a výběrový soubor

Základním souborem pro tento výzkum jsou všichni studenti prezenční formy studia bakalářských a navazujících magisterských programů na Ekonomické fakultě Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava. Základní soubor čítá okolo 2000 potenciálních respondentů, z nichž větší část (zhruba 65 %) jsou studenti bakalářských programů a zbytek studenti navazujících magisterských programů (VŠB-TUO, 2020).

Respondenti byli vybíráni původně nereprezentativní technikou, a to metodou vhodného úsudku, kdy byli oslovováni potenciální respondenti ze základního souboru, kteří se následně rozhodli, zda jsou nebo nejsou ochotni se výzkumu zúčastnit. Výběrový soubor čítal 150 respondentů.

Jelikož je již základní soubor velice demograficky specifický, nebyly stanoveny žádné kvóty pro stanovení výběrového souboru. Postoje studentů k problematice výzkumu se v analýze řeší především samostatně nebo v závislosti na osobnostním profilu studenta, který nelze při stanovení výběrového souboru předpokládat ani rozeznat při samotné distribuci dotazníků. Z tohoto důvodu se dá výzkum ve výsledku považovat za reprezentativní, neboť každý typ osobnosti měl stejnou šanci se stát součástí výzkumu.

4.1.7 Časový harmonogram výzkumu a pilotáž

Celý proces výzkumu probíhal od října roku 2020 do dubna roku 2021.

	X/20	XI/20	XII/20	I/21	II/21	III/21	IV/21
Definice problému	X	X					
Formulace cíle výzkumu		X	X				
Tvorba dotazníku				X			
Pilotáž					X		
Sběr dat					X	X	
Analýza dat						X	X
Interpretace výsledků							X

Tab. 4.1 Časový harmonogram výzkumu

Pilotáž, jež sloužila k ověření správnosti a logiky výzkumné metody a k otestování srozumitelnosti a pochopení sestaveného dotazníku, proběhla v měsíci únoru 2021. Pilotáže se zúčastnili autorovi blízcí studenti spadající do základního souboru a také vedoucí práce. Celkem se pilotáže zúčastnilo 10 osob. V dotazníku byly zjištěny pouze drobné nedokonalosti, které byly neprodleně odstraněny.

4.2 Realizační fáze

V realizační fázi je popsáno, jakým způsobem byla data po sběru dat analyzována, je zde rovněž charakterizován výběrový soubor, tedy analýza identifikačních otázek.

4.2.1 Metody analýzy výzkumu

Data získaná elektronickým dotazníkovým šetřením byla zpracovávána především v programu Microsoft Excel, část z nich (především kontingenční tabulky třídění druhého stupně a některá statistická testování) také v programu IBM SPSS Statistics. Po ukončení dotazování byla data převedena do datové matice v programu Microsoft Excel a následně importována do programu IBM SPSS Statistics, práce s nimi poté probíhala v obou programech na základě relevantnosti každého z nich pro danou metodu.

V první fázi analýzy bylo provedeno třídění prvního stupně pro každou otázku dotazníku, u některých autor již v této fázi analýzy přistoupil ke třídění druhého stupně a statistickému testování pomocí Pearsonova Chi-square testu, a to zejména z důvodu vysvětlení některých jevů a z důvodu ověření validity otázky nutného pro práci s otázkou

v další části výzkumu. Otázky, které byly uspořádány do baterie a byly postaveny na principu víceúrovňové Likertovy škály, se v této části výzkumu pro analýzu používal aritmetický průměr, rozptyl a přepočítání na procentuální hodnotu, jehož východiskem byl následující vzorec.

$$t_x = \frac{x - a}{b - a}$$

a ... minimální hodnota škály

b ... maximální hodnota škály

x ... již stanovený aritmetický průměr

Pro otázku, kde respondenti dostali za úkol seřadit výroky, platil stejný postup analýzy, jako tomu bylo u baterií, s tím rozdílem, že zde se počítalo se sedmúrovňovou škálou.

V druhé fázi analýzy byl analyzován vztah mezi vybranými postojevými otázkami a otázkami na osobnostní rysy respondentů. V této fázi výzkumu autor pracoval výhradně se tříděním druhého stupně a s Pearsonovým Chi-square testem (v případech, kdy se Chi-square test ukázal jako nepřesná metoda, byly jeho výsledky zpřesněny Fisherovým testem), aby vyhodnotil, zda existuje či neexistuje statistická závislost mezi proměnnými. V případě potvrzení závislosti či výskytu nějakého zajímavého jevu, autor rozpracoval dané otázky verbálně i graficky.

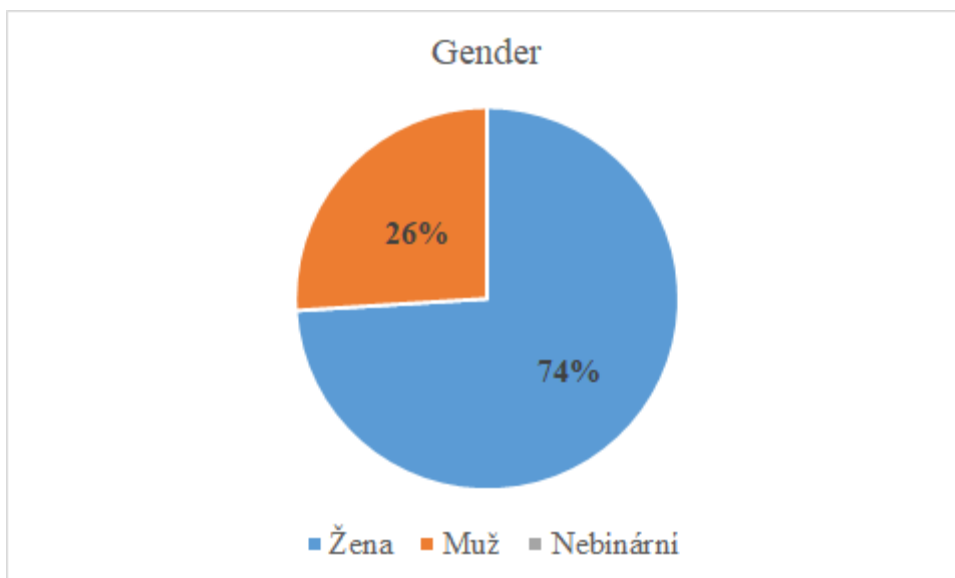
Poté byly buďto na základě výše provedených či dalších statistických testů ověřeny hypotézy stanovené v přípravné fázi metodiky. Vždy však šlo o X^2 , tedy Chi-square nebo Fisherův statistický test. X^2 testy jsou nejčastější využívané metody pro testování hypotéz u kategoriálních proměnných (Tahal a kol.,2017).

Následně na základě provedených analýz byl sestaven osobnostní profil ideálního zákazníka International Office Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava.

Pearsonův Chi-square test i Fisherův test jsou oba testy statistické závislosti mezi dvěma proměnnými. Oba dva pracují s analýzou kontingenčních tabulek, přičemž ale u Pearsonova Chi-square testu je třeba dávat pozor na minimální očekávané hodnoty jednotlivých buněk kontingenční tabulky a na počet buněk, které obsahují hodnotu nižší než 5. V případě, že je u více než 20 % buněk očekávaná hodnota nižší než 5 nebo očekávaná minimální hodnota nižší než 1, nejsou výsledky Pearsonova Chi-square testu přesné. Subjekt se sice může i přesto rozhodnout Pearsonův Chi-square test použít, nicméně je třeba počítat s tím, že výsledek může být mírně zkreslený. Fisherův test je vhodný pro všechny velikosti vzorků, je schopen přesně pracovat i s velmi malými vzorky, proto bývá často používán jako alternativa Pearsonova Chi-square testu v případě malých vzorků. Oba tyto testy statistické závislosti vycházejí z následujícího předpokladu. Nulová hypotéza značí žádnou statistickou závislost mezi proměnnými, alternativní hypotéza značí existující statistickou závislost mezi proměnnými. Statistický test poté vygeneruje z kontingenční tabulky tabulku výstupní, ve které je vypočítaná hodnota signifikance α . Tato hodnota udává, jak velká je pravděpodobnost chyby při přijetí alternativní hypotézy, tedy při prohlášení, že mezi proměnnými existuje statistická závislost. Bude-li hodnota signifikance α například 10 % (0,1), pak existuje 10 % pravděpodobnost, že subjekt udělá chybu, přikloní-li se k alternativní hypotéze. Obecné pravidlo zní, že je-li hodnota signifikance α nižší než 5 % (0,05), měl by se subjekt přiklonit k alternativní hypotéze a tedy počítat s existencí statistické závislosti mezi testovanými proměnnými (Kozel a kol., 2011).

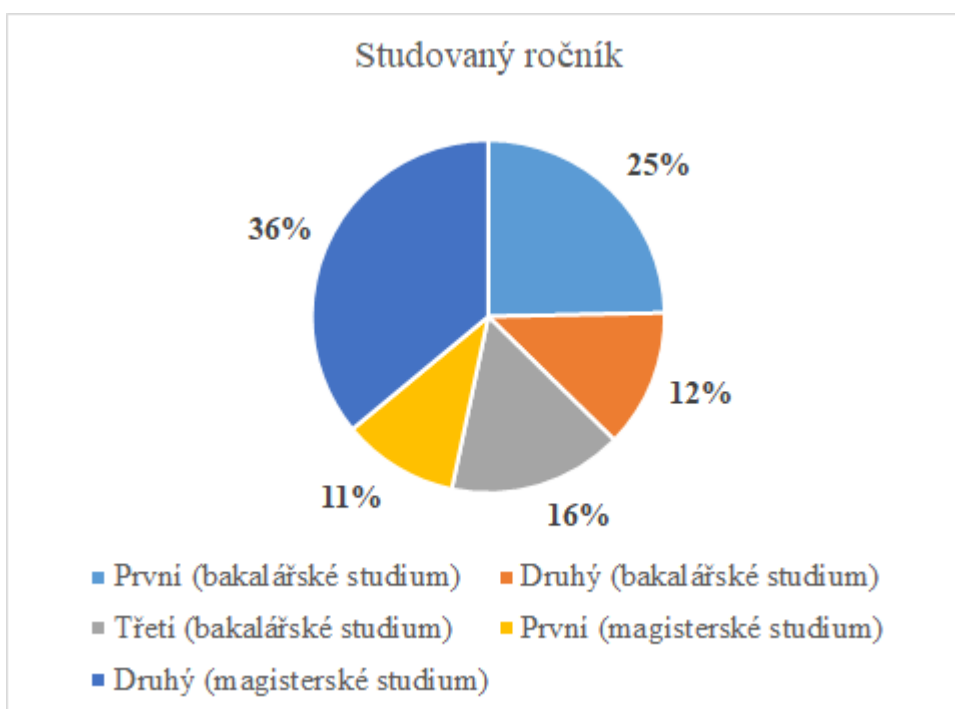
4.2.2 Charakteristika výběrového souboru

Výběrový soubor je v této podkapitole charakterizován třemi identifikačními otázkami, které se nacházejí na úplném závěru dotazníku.



Obr. 4.1 Gender

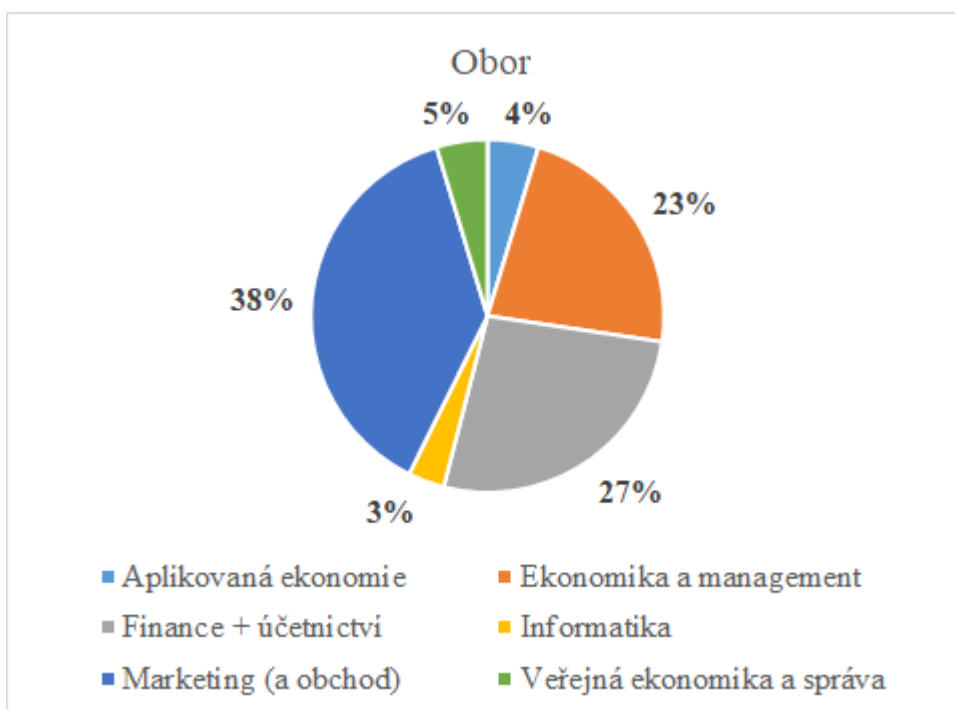
První identifikační otázkou zkoumal autor gender respondentů. Ve výběrovém souboru bylo 74 % žen a 26 % mužů. Ačkoliv se může zdát, že šlo o dichotomickou otázku, nebylo tomu tak, respondenti měli možnost vybrat si ze tří odpovědí, kterými se autor pokusil pokrýt širší spektrum genderů, nikdo z respondentů však neodpověděl, že je nebinární.



Obr. 4.2 Studovaný ročník

Nejvýrazněji zastoupený byl druhý ročník navazujícího magisterského studia, který čítal 36 % respondentů, druhý nejzastoupenější byl úplně první ročník studia, tedy první ročník bakalářského studijního programu, ten čítal 25 % respondentů. Takové rozložení respondentů do jednotlivých ročníků je uspokojující, jelikož umožňuje pracovat jak s těmi, kteří už mají své studium téměř za sebou a mají již ucelené názory na zahraniční výjezdy, tak s těmi, kteří jsou na úplných počátcích vysokoškolského studia, a mají tedy ještě čerstvý neovlivněný pohled na zahraniční výjezdy. Vysoké zastoupení obou těchto konců škály vyrovnává 39% ostatních ročníků mezi nimi.

Spíš pro doplnění informací a vytvoření komplexnějšího popisu výběrového souboru než pro jeho skutečnou hodnotu pro výzkum autor zjišťoval také to, jaký obor respondenti studují. Studenti byli na obor dotázáni uzavřenou otázkou, ke které byl vypsán seznam všech otevřených oborů na EkF VŠB-TUO, jejich odpovědi byly následně zpracovány a byly vytvořeny skupiny sdružující stejné či podobné obory jiného stupně studia.



Obr. 4.3 Obor

Nejzastoupenějším oborem se ukázal obor Marketing, případně Marketing a obchod, se 38 %, po něm Finance a účetnictví, případně zvlášť Finance a zvlášť Účetnictví, s 27 %, na třetím místě se umístil obor Ekonomika a management, s 27 %.

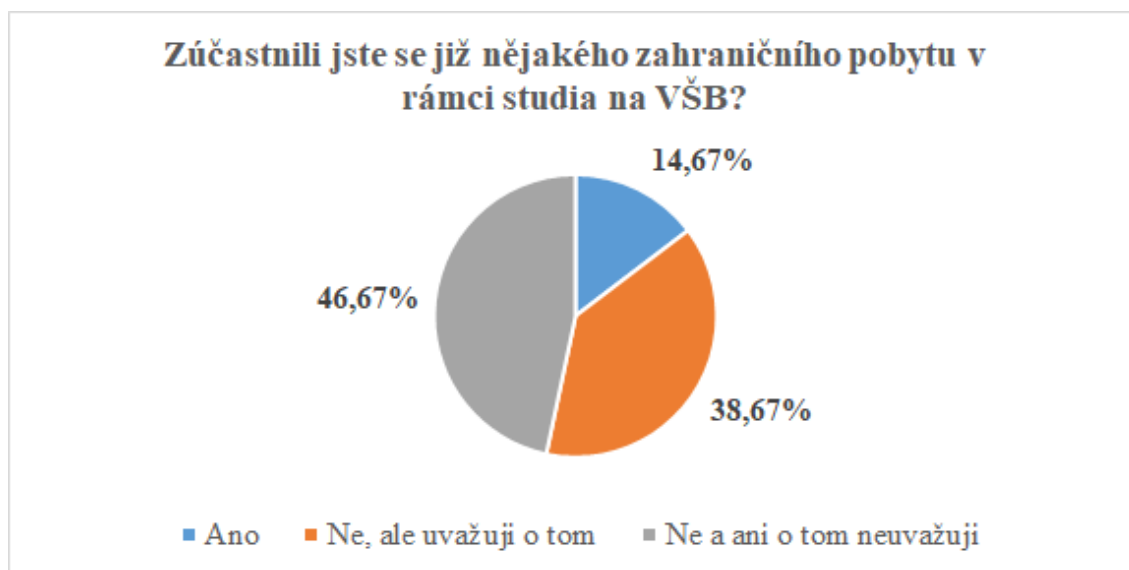
5 Analýza výsledků výzkumu

V této kapitole autor analyzuje a interpretuje výsledky provedeného výzkumu, jde tedy zejména o analýzu výsledků elektronického dotazníkového šetření. V textu autor pracuje se zaokrouhlenými hodnotami, zjednodušenými tabulkami a grafy nezbytnými ke správnému pojetí problematiky. Tabulky s rozsáhlejšími nebo doplňujícími výsledky výzkumu jsou k nalezení v příloze číslo 2 vždy v sekci dané otázky.

5.1 Obecné postoje studentů k zahraničním výjezdům

V této podkapitole jsou rozebrány otázky z první části dotazníku, tedy z části týkající se přímo zahraničních výjezdů. Autor na ně zde zpravidla nahlíží obecně a provádí analýzu pro celý nesegmentovaný výběrový soubor, v případě vysvětlování některých jevů využívá výjimečně i v této podkapitole autor třídění druhého stupně.

5.1.1 Účast na zahraničním pobytu

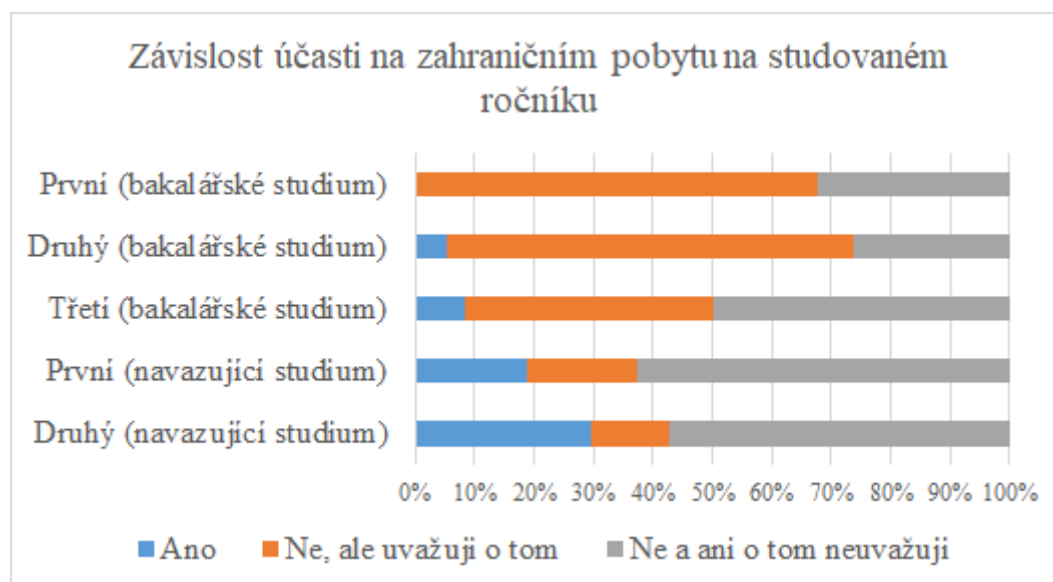


Obr. 5.1 Účast na zahraničním pobytu

Dotazník byl otevřen uzavřenou otázkou, pomocí které autor zjišťoval, jaké procento respondentů již na nějakém zahraničním pobytu v rámci studia na EkF VŠB-TUO bylo. Odpověď “ano” zaškrtilo pouze 14,67 % respondentů, dalších 38,67 % respondentů sice na žádném zahraničním pobytu nebylo, ale uvažují o této možnosti do budoucna, největší podíl respondentů (46,67 %) na žádném zahraničním pobytu nebylo a ani o tom neuvažují.

Vysoké zastoupení těch, kteří o zahraničním pobytu ani neuvažují je pravděpodobně způsobeno vysokým počtem respondentů ze závěrečných ročníků. Z těch, kteří odpověděli, že na zahraničním pobytu nebyli a ani o něm neuvažují, bylo totiž 61,43 % respondentů z třetího ročníku bakalářského studia nebo z druhého ročníku navazujícího magisterského studia. Toto potvrzuje i fakt, že největší procento těch, kteří o zahraničním pobytu uvažují, je teprve v začátcích svého studia na EkF VŠB-TUO, a to konkrétně 41,3 % respondentů z prvního ročníku bakalářského studia a 22,41 % respondentů z druhého ročníku bakalářského studia.

Kontingenční tabulka pro třídění druhého stupně této problematiky (v příloze číslo 2) a z ní vycházející graf mapují závislost účasti na zahraničním pobytu na právě studovaném ročníku.



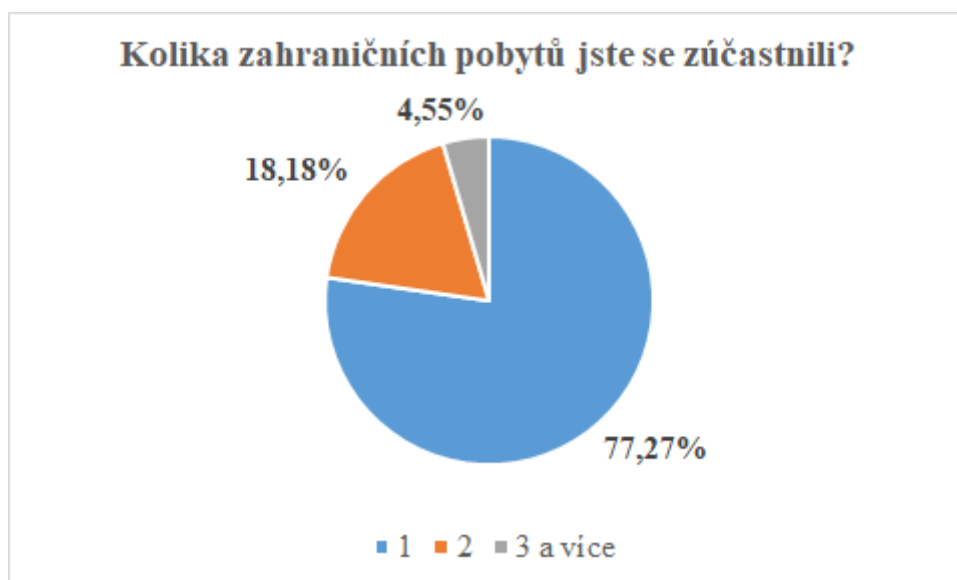
Obr. 5.2 Závislost účasti na zahraničním pobytu na studovaném ročníku

Vysoké zastoupení studentů závěrečných ročníků v celém výběrovém souboru by však rovněž v ideálním případě, kdy studenti své zahraniční výjezdy uskutečňují, mělo vést k vysokému zastoupení těch, kteří už na zahraničním pobytu byli. To se nestalo, neboť i přes 36% zastoupení respondentů z druhého ročníku navazujícího magisterského studia ve výběrovém souboru (52% zastoupení všech závěrečných ročníků pracuje-li se i se třetím ročníkem bakalářského studia) na zahraniční pobyt vyjeli pouze 14,67 % všech respondentů. Tento výsledek potvrzuje důležitost tohoto výzkumu.

V následujících dvou odstavcích autor pracuje pouze s respondenty, kteří se již nějakého zahraničního pobytu v rámci studia na EkF VŠB-TUO zúčastnili.

Z grafu na obrázku 5.3 je patrné, že nejčastější počet uskutečněných zahraničních pobytů na jednoho studenta je jeden, na jeden zahraniční pobyt vyjelo 77,27 % studentů, dalších 18,18 % vyjelo na dva zahraniční pobyty a 4,55 % vyjelo již třikrát nebo vícekrát.

Z grafu na obrázku 5.4 lze vyčíst, že poměr studentů vyjíždějících poprvé již v bakalářském stupni studia a studentů vyjíždějících poprvé až v navazujícím magisterském stupni studia je relativně vyrovnaný, mírně převládá první uskutečněný výjezd již v bakalářském stupni studia.



Obr. 5.3 Počet zahraničních pobytů



Obr. 5.4 První výjezd do zahraničí

5.1.2 Pozitivní aspekty zahraničních pobytů

Otázka číslo 4 byla respondentům předložena ve formě baterie se sedmi pozitivními výroky o studentských zahraničních výjezdech, respondenti jednotlivé výroky hodnotili na pětistupňové škále, když číslo 1 znamenalo absolutní souhlas s výrokem a číslo 5 absolutní nesouhlas s výrokem.

V tabulce dále autor představuje pro každý výrok průměrnou odpověď všech respondentů, rozptyl odpovědí, který značí, do jaké míry se mezi sebou odpovědi jednotlivých respondentů shodují, a dále procentuální souhlas.

	průměr	rozptyl	míra souhlasu
Výjezd do zahraničí mi připadá jako skvělá příležitost	1,453	0,554	89%
Na výjezdu do zahraničí mě láká spíše ta neakademická část, tedy poznávání nových míst, kultur, lidí	1,833	1,032	79%
Výjezd do zahraničí je jedinečná nenahraditelná životní zkušenost	1,84	1,094	79%
Výjezd do zahraničí mi umožní zažít jiné přístupy ke vzdělávání a výzkumu	2,047	0,898	74%
Výjezd do zahraničí výrazně zlepšil mé budoucí uplatnění na trhu práce	2,153	1,063	71%
Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků a stereotypů	2,873	1,257	53%
Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou v životě šťastnější	3,407	1,215	40%

Tab. 5.1 Pozitivní aspekty zahraničních pobytů

Nejvýrazněji studenti souhlasí s tím, že výjezd do zahraničí je skvělá příležitost, z tabulky rovněž vyplývá, že v případě tohoto výroku studenti vykazují nejnižší spornost odpovědí (vyplývá z nejnižšího rozptylu). Míra souhlasu činí 89 %, rozptyl je zde 0,554.

Studenti také velmi výrazně souhlasí s tím, že je výjezd do zahraničí jedinečná nenahraditelná zkušenost. Dále tvrdí, že je na výjezdu do zahraničí láká spíše ta neakademická část, tedy poznávání nových míst, kultur a lidí. Studenti spíše souhlasí s tím, že jim výjezd do zahraničí umožní zažít jiné přístupy ke vzdělání a k výzkumu, a také s tím, že jim výjezd do zahraničí zlepšil budoucí uplatnění na trhu práce.

Nejmenší míru souhlasu studenti vykazují v případě výroku: “studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou v životě šťastnější,” míra souhlasu zde činí 40 %, studenti tedy spíše nevidí souvislost mezi dlouhodobým životním štěstím a pobytem v zahraničí. Spornost jednotlivých odpovědí je však v případě tohoto výroku poměrně vysoká, jde o druhý největší rozptyl v dané baterii. Názory respondentů tedy nejsou zcela jednotné, avšak přesto statistické výsledky inklinují spíše k nezávislosti životního štěstí na tom, zda jedinec studoval či nestudoval v zahraničí.

Největší rozptyl se vyskytuje u výroku: “studenti, kteří strávili část života v zahraničí, jsou tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků,” je to z hlediska jednotlivých odpovědí nejspornější výrok, neboť oba extrémní (absolutní souhlas

a absolutní nesouhlas) jsou zastoupeny podobným množstvím odpovědí. Tento nesoulad způsobil, že průměrná míra souhlasu pro tento výrok je pouze 53 %, nicméně z grafu níže je patrné, že mezi tolerancí a účastí na zahraničním výjezdu existuje jistá spojitost.



Obr. 5.5 Tolerance a zahraniční výjezdy, zdroj: Vyplnto.cz, 2021

Pozoruhodná je souvislost míry souhlasu s výrokem: “studenti, kteří strávili část života v zahraničí, jsou tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků,” a s tím, zda hodnotitel vyjel či nevyjel na zahraniční pobyt. Po vyloučení všech respondentů, kteří na zahraniční pobyt nevyjeli, se míra souhlasu s tímto výrokem zvedla na 76,13 % a rozptyl se snížil na 1,316, přičemž žádný z respondentů neodpověděl, že zcela nesouhlasí, a pouze 18,2 % odpovědělo, že spíše nesouhlasí. Z toho vyplývá, že studenti, kteří vyjeli na zahraniční pobyt a výrok si empiricky ověřili, věří, že oni a další zahraniční studenti jsou nyní tolerantnější a otevřenější ve tvorbě názorů. Graf níže ukazuje výsledky tohoto výroku pouze pro studenty, kteří již do zahraničí vyjeli.



Obr. 5.6 Tolerance a zahraniční výjezdy upraveno, zdroj: Vyplnto.cz, 2021

5.1.3 Negativní aspekty zahraničních pobytů

Otázka číslo 5 byla postavena na stejném principu jako otázka číslo 4, šlo tedy o pětistupňovou baterii o sedmi výrocih. Způsob hodnocení byl rovněž stejný jako v otázce číslo čtyři, absolutní souhlas s výrokem odpovídá číslu 1, absolutní nesouhlas pak číslu 5.

V této podkapitole respondenti nehodnotí, do jaké míry je daný aspekt zahraničního výjezdu bariérou, v tuto chvíli jde pouze o věcný souhlas či nesouhlas s výrokem. V modelové situaci je rozdíl následovný. Je možné naprosto absolutně

souhlasit s tím, že při výjezdu do zahraničí bude člověk odkázán sám na sebe, ale zároveň tento fakt nepovažovat za problém, tedy: “ano, budu odkázán pouze sám na sebe, ale jsem rád, že to tak bude, protože je to jeden z důvodů, proč se chystám vyjet”.

V tabulce dále autor představuje pro každý výrok průměrnou odpověď všech respondentů, rozptyl odpovědí, který značí, do jaké míry se mezi sebou odpovědi jednotlivých respondentů shodují, a dále procentuální souhlas.

	průměr	rozptyl	míra souhlasu
Vyjet do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe	1,86	0,84	79%
Výjezd do zahraničí je administrativně náročný na zařizování	2,1	0,957	73%
Výjezd do zahraničí je finančně náročný	2,367	1,086	66%
Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk	2,913	1,372	52%
Kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma	3,127	1,497	47%
Zahraniční výjezdy jsou pouze pro extroverty a společenské lidi	3,58	1,297	36%
Čas strávený v zahraničí je pomíjivý a všechno, co tam vybuduji, je odsouzeno k zániku (mezilidské vztahy, úspěch při zkouškách,...)	3,587	1,096	35%

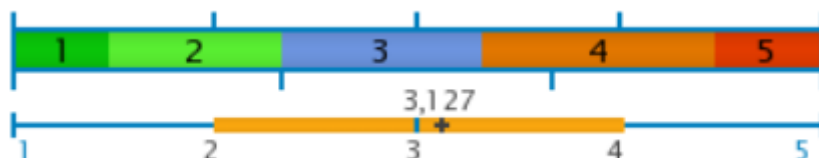
Tab. 5.2 Negativní aspekty zahraničních pobytů

Nejvyšší míru souhlasu respondenti mají s výrokem: “vyjet do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe,” u tohoto výroku se rovněž vyskytuje nejužší rozptyl. Míra souhlasu činí 79 % a rozptyl je 0,84. Tento výsledek byl naprosto očekávaný, je pochopitelné, že je míra souhlasu takto vysoká, neboť odjet sám do zahraničí prostě znamená osamostatnit se.

Studenti spíše souhlasí s tím, že je výjezd do zahraničí administrativně a finančně náročný.

Nejmenší míru souhlasu respondenti vykazují s pomíjivostí všeho, co se na zahraničním pobytu odehraje, míra souhlasu s tímto výrokem činí pouze 35 %, ani rozptyl není v tomto případě příliš široký (1,096). Studenti tedy nemají pocit, že by to, co si v zahraničí vybudují, bylo odsouzeno k zániku. Toto zjištění je velice pozitivní, jelikož vyvrátit takové přesvědčení by nebylo příliš možné. Pokud se uchazeči o zahraniční pobyt domnívají, že přinese nějakou trvalou hodnotu, existuje prostor pro účinnou komunikaci ze strany International Office za účelem zvýšení zájmu o zahraniční pobyt.

Největší rozptyl se vyskytuje u výroku: “kvůli výjezdu do zahraniční bych mohl ztratit přátele/lásku doma,” rozptyl je zde 1,497. Široký rozptyl zde způsobuje průměrnou míru souhlasu (47 %), přestože velké procento respondentů bylo schopno vyjádřit svůj postoj a nevybralo si neutrální střed škály. Poměr mezi těmi, kteří s tímto výrokem zcela nebo spíše souhlasí, a těmi, kteří s výrokem zcela nebo spíše nesouhlasí, je víceméně vyrovnaný.



Obr. 5.7 Ztráta sociálních kontaktů doma a zahraniční výjezdy, zdroj: Vyplnto.cz, 2021

Podobná situace s o něco užším rozptylem je vidět také v případě výroku: “pro výjezd od zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk,” zde rozptyl činí 1,372, počty odpovědí na obou koncích spektra jsou i v tomto případě poměrně vyrovnané.



Obr. 5.8 Nutnost znát cizí jazyk a zahraniční výjezdy, zdroj: Vyplnto.cz, 2021

Pro oba výše zmíněné výroky bylo provedeno třídění druhého stupně s cílem zjistit, jak na tyto výroky nahlízejí studenti, kteří se zahraničního pobytu již zúčastnili. Po vyloučení všech respondentů, kteří na zahraniční pobyt nevyjeli, se míra souhlasu s možnou ztrátou sociálních kontaktů doma snížila na 38 %, rozptyl se zúžil na 0,977. V případě nutnosti znát perfektně cizí jazyk se míra souhlasu po vyloučení stejné skupiny respondentů snížila na 35 %, rozptyl se zúžil na 1,151. Žádný z respondentů, kteří vyjeli na zahraniční pobyt, přitom neodpověděl, že zcela souhlasí s tím, že je nutné umět perfektně cizí jazyk a že existuje riziko ztráty přátel či lásky doma. Na grafech níže se zobrazena nová situace po vyloučení těch, kteří na zahraniční pobyt nevyjeli.



Obr. 5.9 Ztráta sociálních kontaktů doma a zahraniční výjezdy upraveno, zdroj: Vyplnto.cz, 2021



Obr. 5.10 Nutnost znát cizí jazyk a zahraniční výjezdy upraveno, zdroj: Vyplnto.cz, 2021

Tento odlišný postoj studentů, kteří již mají zahraniční pobyt za sebou, je zajímavý, protože dokazuje, že některé negativní postoje, ze kterých mohou pramenit obavy, jsou irelevantní.

5.1.4 Bariéry zahraničních pobytů

V otázce číslo 6 pracoval autor se sedmi výroky, stejnými jako v otázce číslo 5. Tentokrát jde však o odlišný koncept otázky. Respondent byl požádán aby seřadil sedm výroků, které mohou být vnímány jako negativní aspekty zahraničních pobytů, tedy potenciální důvody k negativním postojům vůči objektu, dle toho, jak velkou překážku pro něj osobně představují při případném nebo již uskutečněném výjezdu do zahraničí. Respondent byl vyzván, aby bariéry seřadil od té největší a nejpalcivější po tu nejméně podstatnou, číslo 1 značí absolutně nejvýznamnější bariéru, číslo 7 naopak bariéru, která ani neexistuje, důvodem pro označení výroku číslem 7 může být to, že respondent nesouhlasí s tím, že je výrok pravdivý, ale rovněž to, že ho za pravdivý považuje, ale neshledává jej jako problém. Viz výše příklad s osamostatněním.

V tabulce níže je každé potenciální bariéře přiřazeno průměrné pořadí, na kterém se umístila, toto pořadí bylo přepočítáno pro účely sestavení grafu na procentuální významnost dané překážky, dále je v tabulce také uveden rozptyl, který stejně jako v předchozích případech pojímá míru spornosti.

	průměrné pořadí	rozptyl	Významnost bariéry v %
Výjezd do zahraničí je finančně náročný	2,667	3,596	72%
Výjezd do zahraničí je administrativně náročný na zařizování	3,14	2,76	64%
Vyjet do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe	3,493	2,61	58%
Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk	4,12	2,999	48%
Kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma	4,233	4,326	46%
Zahraníční výjezdy jsou pouze pro extroverty a společenské lidi	4,987	2,493	34%
Čas strávený v zahraničí je pomíjivý a všechno, co tam vybuduji, je odsouzeno k zániku (mezilidské vztahy, úspěch při zkouškách,...)	5,36	3,55	27%

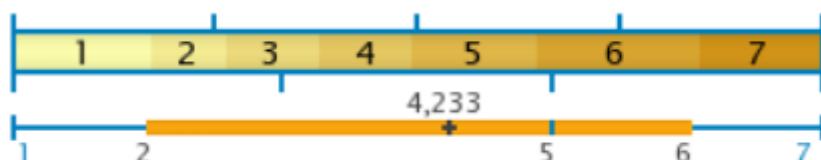
Tab. 5.3 Bariéry zahraničních pobytů

Za nejpodstatnější bariéru studenti považují to, že je zahraniční pobyt finančně náročný, 37,3 % respondentů umístilo tuto bariéru na úplně první místo, dalších 24 % pak na místo druhé a dalších 11,3 % na místo třetí. Toto v kombinaci s faktem, že finanční náročnost získala v otázce číslo 5 míru souhlasu 66 %, ukazuje, že je to opravdu věc, která pravděpodobně stojí za značným počtem neuskutečněných zahraničních pobytů.

Pro tento výrok však respondenti vykazují také poměrně široký rozptyl, proto byly vyřazeny odpovědi těch, kteří nikam nevyjeli, a ověřeno, zda zahraniční pobyt těch, kteří na něm již byli, byl doopravdy tak finančně náročný, že by to mohlo představovat velmi významnou překážku. I v tomto případě se však finanční náročnost pobytu v zahraničí umístila nad všemi ostatními potenciálními bariérami.

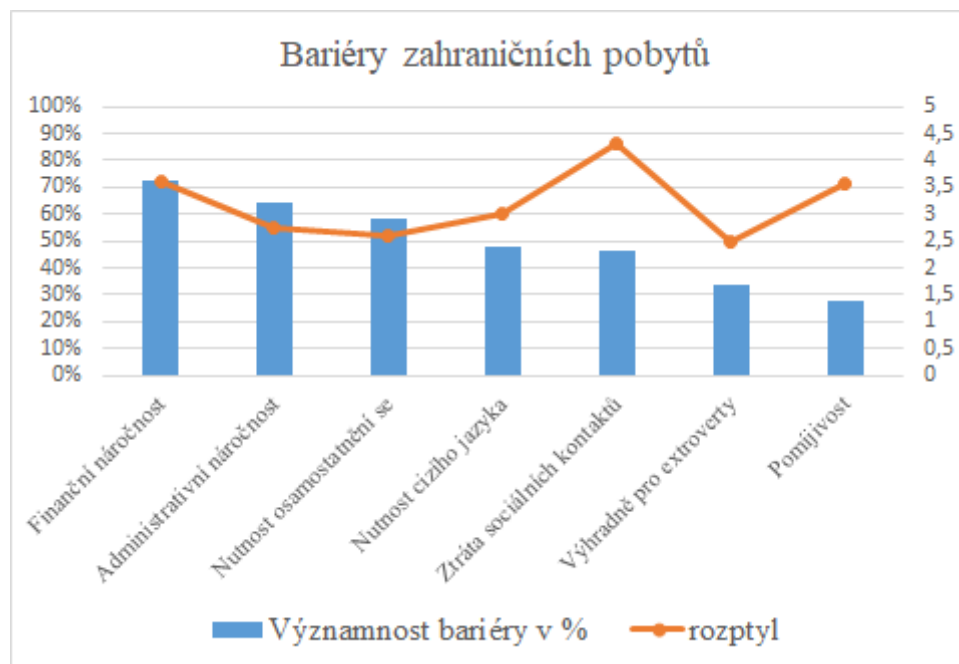
Na druhém místě se umístila administrativní náročnost, na třetím fakt, že jedinec bude odkázán sám na sebe, když odjede. Studenti se naopak neobávají, že je vše vybudované v zahraničí pomíjivé, což potvrzuje informace získané dříve. Studenti se také nedomnívají, že by zahraniční pobyty byly určeny výhradně pro extrovertní a společenské jedince, tento výrok dokonce vykazuje nejužší rozptyl, není zde příliš významná spornost v odpovědích.

Nejširší rozptyl se vyskytuje u výroku: “kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma,” rozptyl zde činí 4,326, což znamená velkou diverzitu v odpovědích, v podstatě to, že respondenti statistiky netíhnou ani k jednomu extrému, ale jejich odpovědi jsou téměř rovnoměrně rozdělené. Toto je možné vidět i na grafu níže. Zastoupení pořadí, na kterých se tento výrok umístil v jednotlivých případech, je velice vyrovnané.



Obr. 5.11 Obava ze ztráty sociálních kontaktů doma, zdroj: VypIno.cz, 2021

Na grafu níže jsou vyznačeny potenciální bariéry seřazené od největší po nejmenší, sloupec u každé bariéry se tyčí do takové výšky, jaká je procentuální významnost dané překážky, oranžová spojnice ilustruje rozptyly.

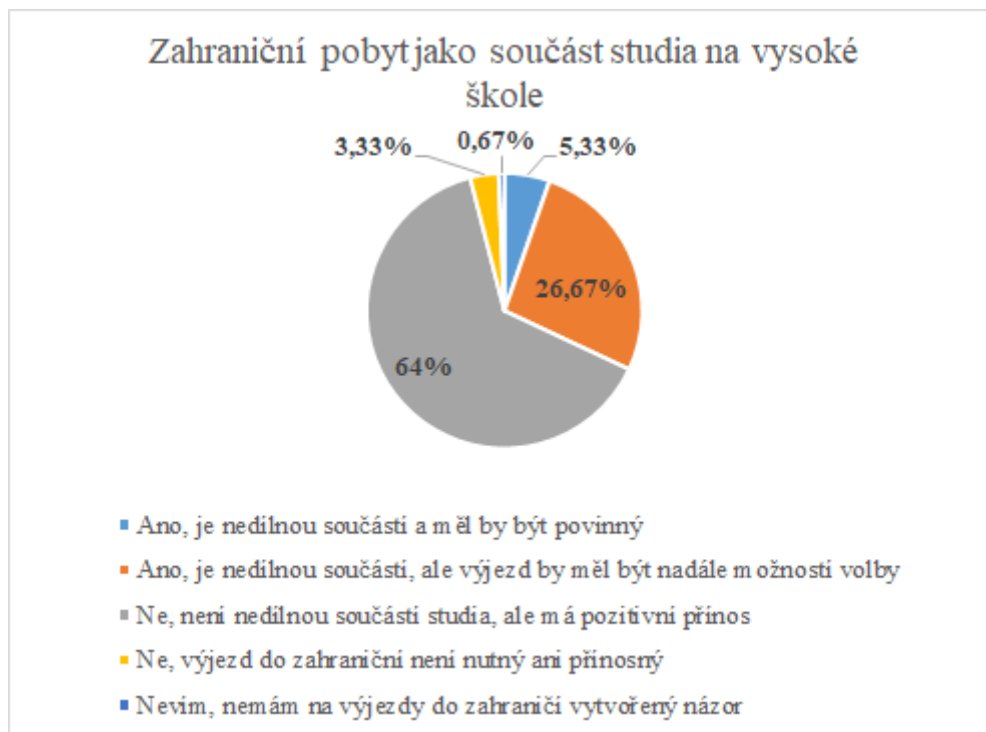


Obr. 5.12 Bariéry zahraničních pobytů

5.1.5 Zahraniční pobyt jako součást studia na vysoké škole

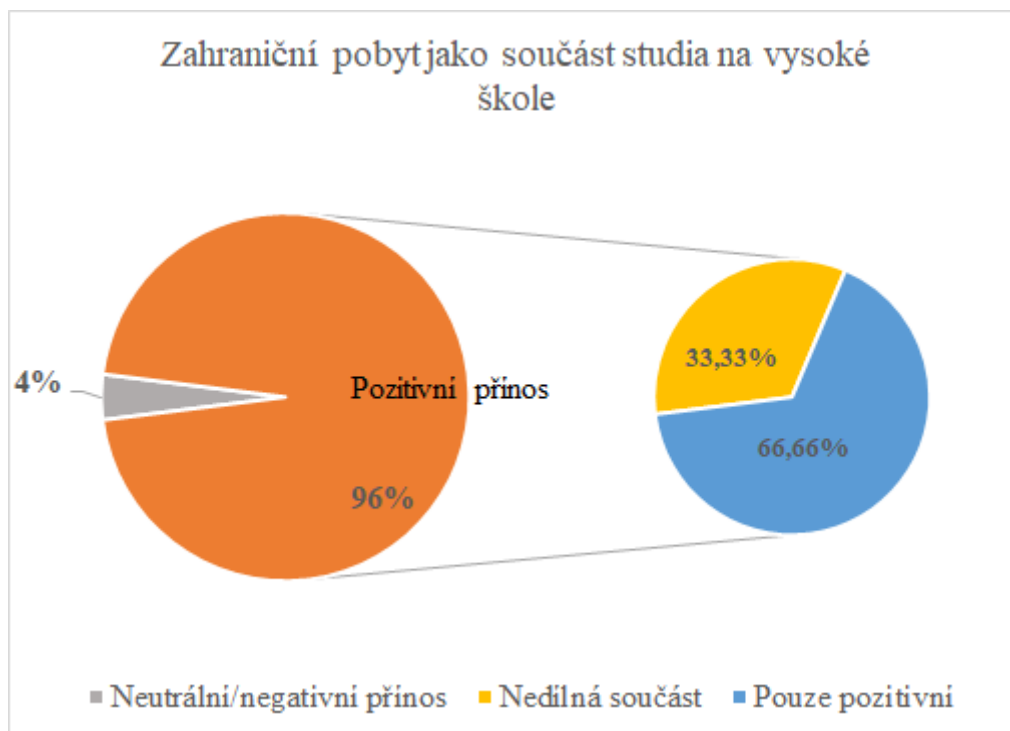
O tom, jak důležitou součástí studia na vysoké škole je zahraniční pobyt, rozhodovali studenti v uzavřené otázce s pěti možnostmi. Nabízené odpovědi byly

sestaveny tak, aby pokryly dvě témata a to to, do jaké míry je studium v zahraničí nedílnou součástí celého vysokoškolského studia, a to, zda by měl být výjezd do zahraničí pro vysokoškolské studenty dobrovolný či povinný.



Obr. 5.13 Zahraniční pobyt jako součást studia na vysoké škole

Nad všemi ostatními možnostmi viditelně převažuje odpověď: “ne. není nedílnou součástí studia, ale má pozitivní přínos,” její zastoupení je 64 %. Na druhém místě se umístila možnost: “ano, je nedílnou součástí, ale výjezd by měl nadále být možností volby,” se svým zastoupením 26,97 %. Na třetím místě se nachází výrok: “ano, je nedílnou součástí a měl by být povinný,” zastoupení tohoto výroku činí 5,33 %.



Obr. 5.14 Zahraníční pobyt jako součást studia na vysoké škole upraveno

Je tedy vidět, že možnosti s pozitivním přínosem zahraničních pobytů signifikantně převažují nad možnostmi neutrálními až negativními, celých 96 % respondentů vnímá zahraniční pobyt jako pozitivně přínosný a z nich přesně jedna třetina jej považuje dokonce za nedílnou součást studia na vysoké škole.

Zahraníční pobyt jako povinnou součást studia na vysoké škole by zavedlo pouze 5,33 % studentů, ostatní se domnívají, že by měl i nadále zůstat možností volby.

5.1.6 Obecné zhodnocení postojů

Na základě zpracované obecné analýzy pro otázky číslo 1 až 7 autor vytvořil následující shrnutí obecných postojů studentů EkF VŠB-TUO k zahraničním pobytům. Tato podkapitola je sestavena tak, aby vycházela z teoretických východisek postojů popsaných v kapitole číslo 2, a aby se v těchto teoretických konceptech odrážely praktické výsledky části výzkumu popsané výše.

V následující tabulce autor vyjmenovává postoje, se kterými studenti v rámci otázek číslo 4 a 5 vykazali míru souhlasu nad 50 %, dále pracuje s průměrnou mírou souhlasu pro všechny pozitivní postoje a pro všechny negativní, z čehož usuzuje celkový postoj studentů k zahraničním výjezdům na základě výrokové baterie.

Pozitivní postoje	Negativní postoje
Výjezd do zahraničí je skvělá příležitost.	Výjezd do zahraničí je finančně náročný.
Výjezd do zahraničí mi umožní poznat nová místa, kultury a lidi.	Výjezd do zahraničí je administrativně náročný na zařizování.
Výjezd do zahraničí je jedinečná nenahraditelná životní zkušenost.	Výjezd do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe.
Výjezd do zahraničí mi umožní zažít jiné přístupy ke vzdělání a výzkumu.	Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk.
Výjezd do zahraničí výrazně zlepšil mé budoucí uplatnění na trhu práce.	
Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků a stereotypů.	
Průměrná míra souhlasu se všemi pozitivními výroky: 69 %	Průměrná míra souhlasu se všemi negativními výroky: 55 %

Tab. 5.4 Pozitivní a negativní postoje

Z tabulky vyplývá, že studenti mají spíše pozitivní postoje k zahraničním výjezdům, nicméně jejich postoj není zcela kladný, jelikož zauímají také řadu postojů negativních, ze kterých vyplývají obavy, čtyři vypsání negativní postoje totiž přesně kopírují také čtyři největší obavy (bariéry), které studenti ze zahraničních výjezdů mají.

Při zvážení výsledků analýzy otázky číslo 7: “Domníváte se, že je zahraniční výjezd nedílnou součástí studia na vysoké škole, a myslíte si, že by měl být pro studenty semestr v zahraničí povinný?” je však možné prohlásit, že ve výsledku je postoj studentů k zahraničním pobytům pozitivní, 96 % studentů v ní totiž přiznává pozitivní přínos zahraničního pobytu.

Následuje zpracování postojů z pohledu ABC modelu. Pro zachování signifikance výroků, autor i zde pracuje pouze s těmi, které vykazaly míru souhlasu nad 50 %, dále pracuje s otázkami zkoumajícími účast na zahraničním pobytu a s otázkou zkoumající zahraniční pobyt jako součást studia na vysoké škole.

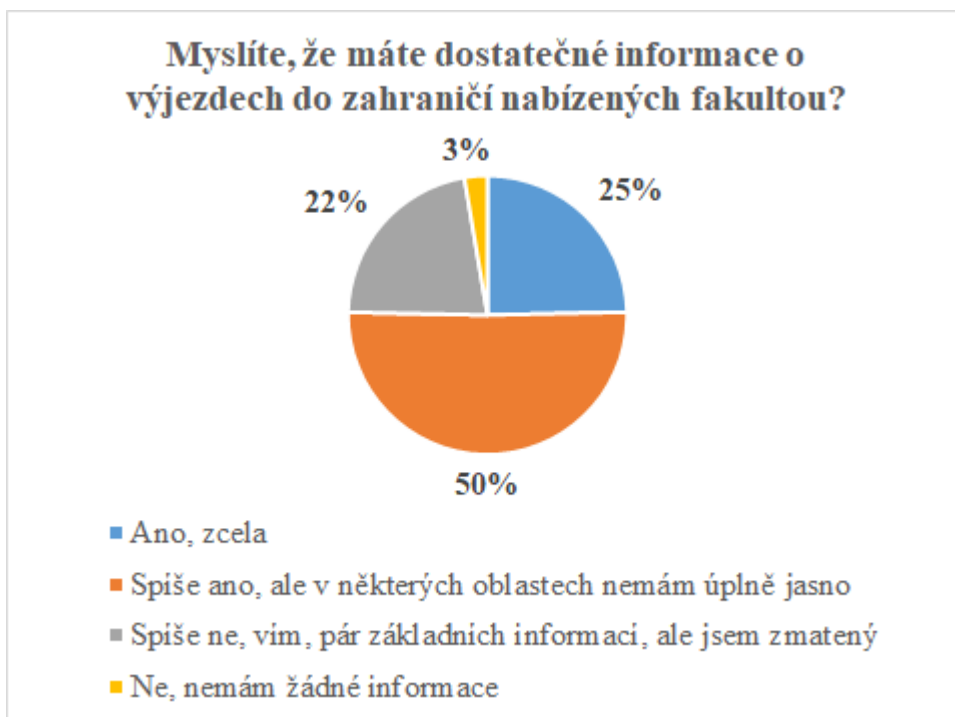
A: affect, emocionální složka	<ul style="list-style-type: none"> • 96 % studentů vnímá pozitivní přínos • skvělá příležitost • jedinečná nenahraditelná životní zkušenost • obava z osamění
B: behaviour, konativní složka	<ul style="list-style-type: none"> • 14,67 % respondentů vyjelo • 38,67 % o tom zatím uvažuje • 46,67 % nevyjelo a ani o tom neuvažuje
C: cognition, kognitivní složka vědomí, že zahraniční pobyt...	<ul style="list-style-type: none"> • umožní poznat nová místa, kultury, lidi, jiné přístupy ke vzdělání a výzkumu • zlepší budoucí uplatnění na trhu práce • je finančně a administrativně náročný • vyžaduje jazykové dovednosti

Tab. 5.5 ABC model postojů

Z rozboru pozitivní a negativních postojů a ABC modelu je patrná jistá kognitivní disonance, téměř všichni studenti si uvědomují přínosnost zahraničních pobytů, ale jen malé procento z nich na zahraniční pobyt opravdu odjede.

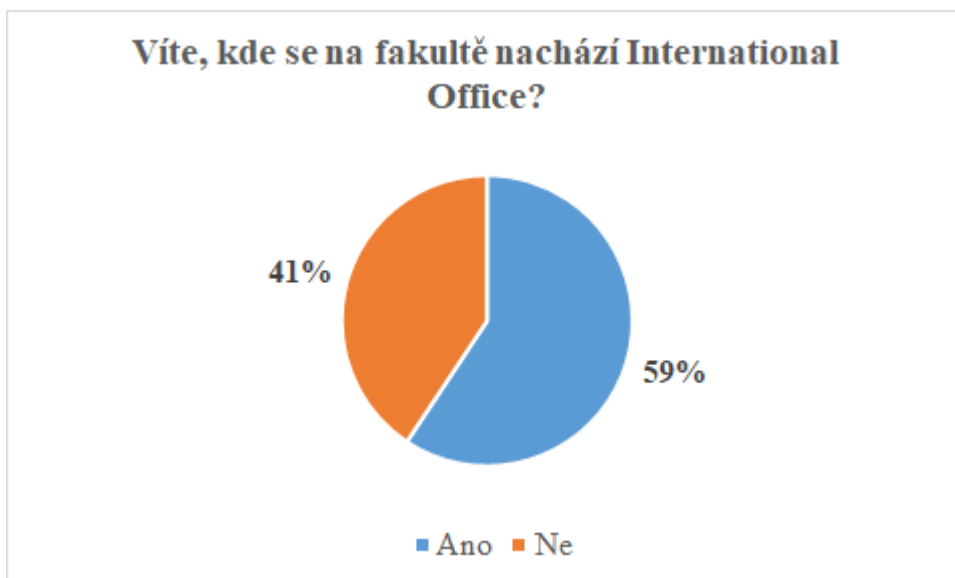
5.1.7 International Office EkF VŠB-TUO

Povědomí o International Office na Ekonomické fakultě Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava autor zkoumal pomocí dvou uzavřených otázek. V jedné z nich byl respondentům položen dotaz, zda se domnívají, že mají dostatečné informace o výjezdech do zahraničí nabízených fakultou, odpovědi byly vytvořeny na bázi ordinální škály od “ano, zcela” po “ne, nemám žádné informace”. Ve druhé z nich se autor ptal respondentů, zda vědí, kde se na fakultě International Office fyzicky nachází. šlo o dichotomickou otázku, existovaly tedy pouze dvě možné odpovědi, a to ano a ne. Z výsledků těchto dvou otázek byly vytvořeny grafy, viz níže.



Obr. 5.15, Informace o zahraničních výjezdech

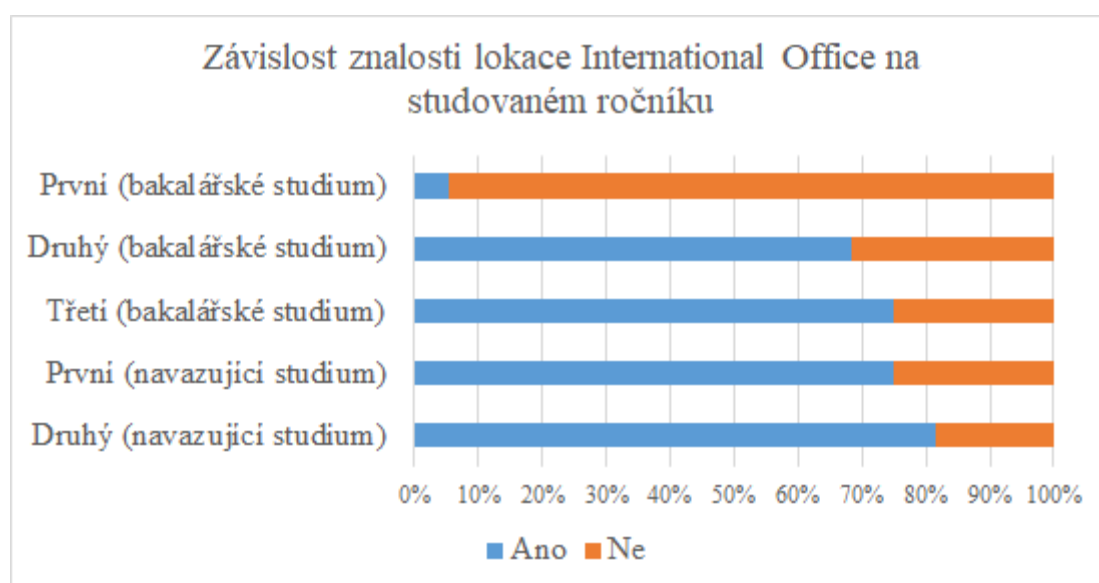
75 % všech respondentů považuje své informace za dostatečné, dvě třetiny z nich odpovídají, že jejich informace jsou spíše dostatečné, ale v některých oblastech nemají úplně jasno, třetina z nich považuje své informace za zcela uspokojivé. 22 % všech respondentů se cítí zmateno a domnívají se, že jejich informace jsou spíše nedostatečné, 3 % pak tvrdí, že nemají vůbec žádné informace.



Obr. 5.16, Lokace International Office

Vyhodnocení dichotomické otázky na lokaci International Office je zajímavé, vyplývá z něj, že téměř polovina (41 %) studentů neví, kde se International Office na fakultě nachází. Pro tuto otázku bylo provedeno třídění druhého stupně, aby se zjistila příčina tak velkého procenta respondentů odpovídajících: “ne”. Třídění druhého stupně bylo provedeno pro zjištění vztahu mezi studovaným ročníkem a tím, zda student ví, kde se International Office nachází.

Kontingenční tabulka pro třídění druhého stupně této problematiky (v příloze číslo 2) a z ní vycházející graf mapují závislost znalosti lokace International Office na právě studovaném ročníku.



Obr. 5.17 Závislost znalosti lokace International Office na studovaném ročníku

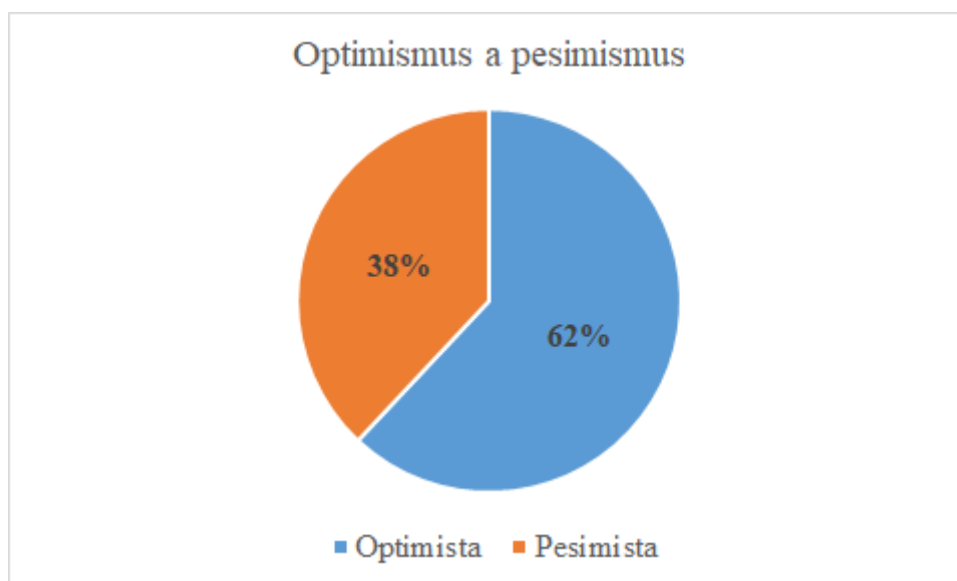
Z grafu je patrné, že studenti prvního ročníku bakalářského programu studia z 94,60 % nevědí, kde se International Office nachází, toho je zcela pochopitelné vzhledem k distanční výuce, která funguje po celou dobu jejich studia na fakultě. Nejde zde tedy o selhání komunikace International Office.

5.2 Obecná osobnostní analýza

V této podkapitole se nachází analýza otázek zaměřených na osobnost respondenta, zkoumání osobnostních rysů respondenta bylo provedeno prostřednictvím série uzavřených otázek číslo 10 až 16. Autor se zaměřuje na aspekty osobnosti, které jsou teoreticky rozebrány v kapitole číslo 2.

5.2.1 Optimismus a pesimismus

To, zda je respondent optimista nebo pesimista, bylo zkoumáno přímou otázkou, jelikož autor usoudil, že je to atribut, kterého si je odpovídající jedinec většinou sám dobře vědom. Navíc i to, zda sám na sebe nahlíží jako na optimistu nebo na pesimistu dost dobře reflektuje jeho vnímání světa. A pozitivní a negativní způsob vnímání světa je v podstatě hlavní rys optimismu a pesimismu.



Obr. 5.18 Optimismus a pesimismus

Poměr optimistů a pesimistů se téměř blíží poměru 2:1, optimisté na Ekonomické fakultě převládají, je jich 62 %, pesimistů je 38 %. Optimisté na Ekonomické fakultě nad pesimisty poměrně silně převažují, je to vlastně pochopitelné, musí věřit, že se světové ekonomiky nezhroutí, když si vybrali studovat ekonomicky zaměřené obory.

5.2.2 Odpovědnost

V otázce číslo 15 byli respondenti vyzváni, aby vyjádřili své preference ohledně přebírání odpovědnosti, otázka byla dichotomická, respondent si musel vybrat, zda spíše rád přejímá odpovědnost či nikoliv.

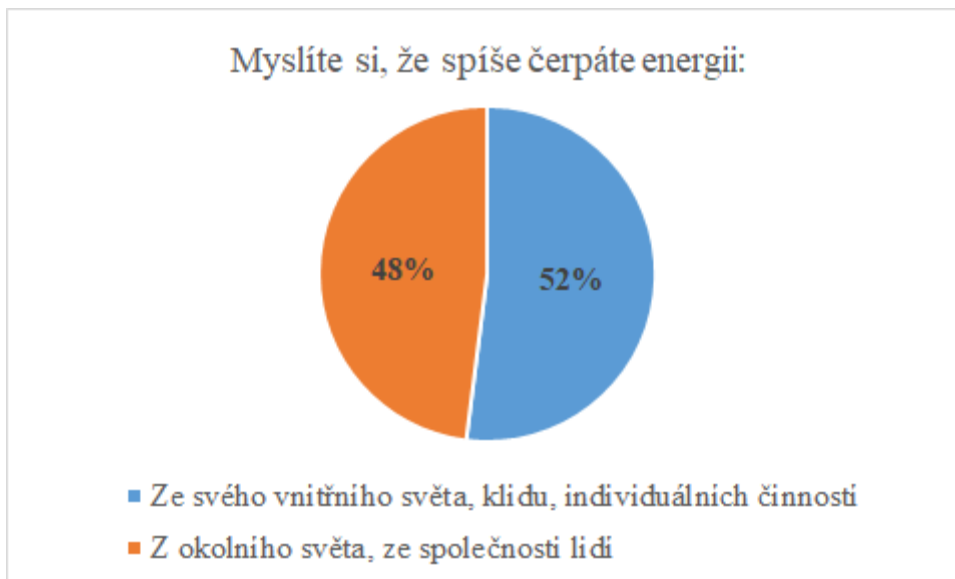


Obr. 5.19 Přebírání odpovědnosti

Téměř polovina respondentů vnímá přebírání odpovědnosti kladně, berou to jako příležitost se prosadit, zbylých 52 % respondentů spíše inklinuje k tomu, že se drží stranou nebo se ztratí v davu, vidina přebírání odpovědnosti se jim spíše nelíbí. Je zajímavé, že jedna skupina nijak výrazně nad druhou nepřevažuje.

5.2.3 Jungova typologie

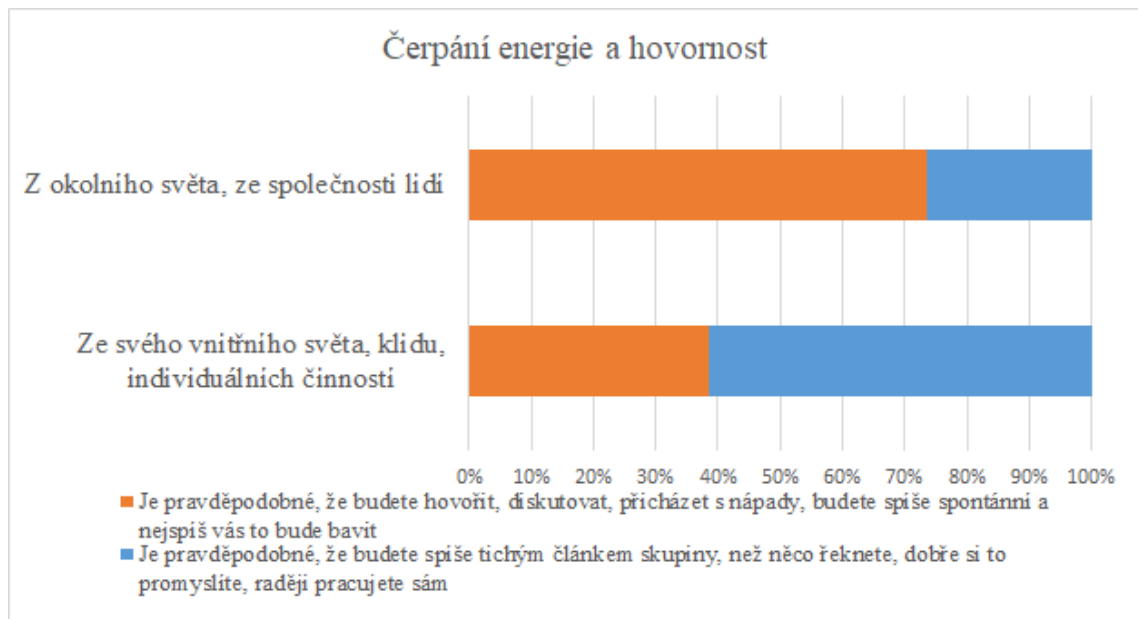
Jung ve své teorii pracuje se dvěma pojmy: introverze a extroverze, dělí populaci na ty, kteří jsou orientováni spíše dovnitř do svého nitra, a ty, kteří jsou orientováni spíše na vnější svět. To, zda jsou respondenti spíše introverti nebo extroverti, autor zkoumal pomocí otázky, ve které vyzval odpovídající, aby vybrali, zda čerpají energii spíše ze svého vnitřního světa nebo zda je spíše nabíjí vnější svět a společnosti lidí. Jak vyplývá z kapitoly číslo 2, prameny energie jedince jsou pro tuto typologii kardinální.



Obr. 5.20 Jungova typologie

Z grafu je patrné, že poměr mezi introverty, kteří jsou v obrázku zastoupeni modrou výsečí, a extroverty, které reprezentuje výseč oranžová, je téměř vyrovnaný, dle odpovědí na tuto otázku je na EkF VŠB-TUO 52 % introvertů a 48 % extrovertů.

Ultimátní typ osobnosti samozřejmě nejde určit pomocí jedné otázky, pro jeho zjištění by bylo třeba udělat mnohem hlubší výzkum. Autor proto, aby nešlo o zcela povrchní prohlášení, ověřil správnost této otázky další otázkou, ve které se ptal na předpokládaný vzorec chování v týmu, zkoumal zde, jak moc hovorný jedinec při práci ve skupině bývá. Ani toto samozřejmě neumožňuje naprosto správně rozdělit studenty dle Jungovy typologie, nicméně pro účely této práce je taková hloubka dostačující.

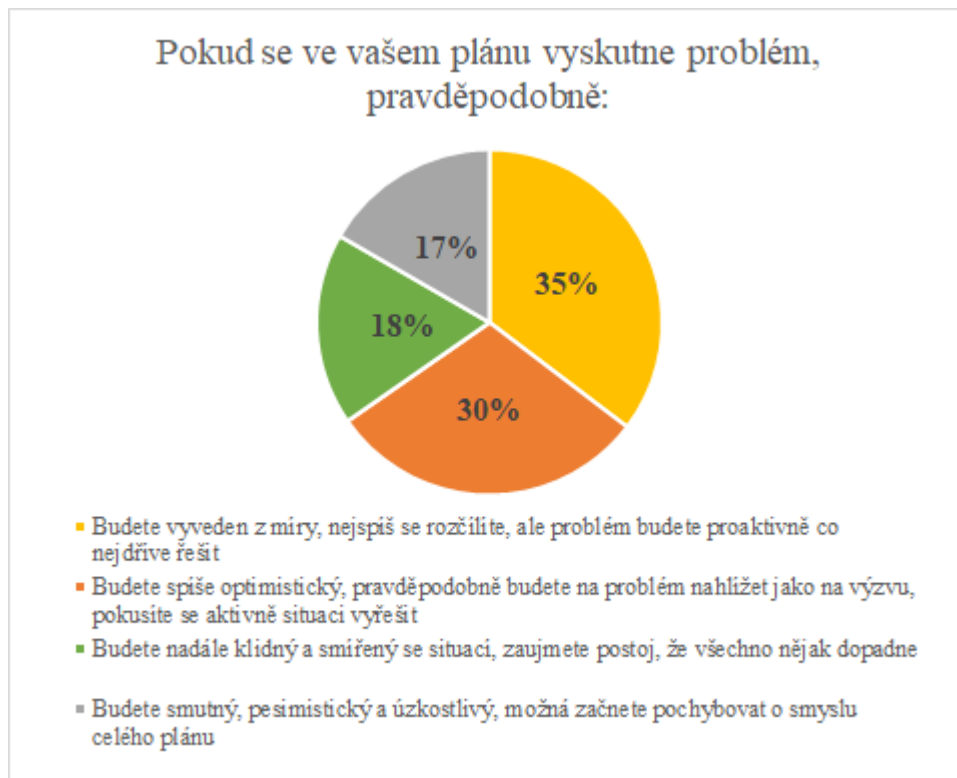


Obr. 5.21 Čerpání energie a hovornost

Z grafu výše je patrné, že extroverti inklinují spíše k hovornosti, introverti spíše k tomu, být tichým článkem skupiny, u extrovertů je tato tendence dokonce silnější a znatelnější. Pro statistické potvrzení byl proveden Pearsonův Chi-square test, který potvrdil (p value vyšla nižší než 5%) vztah mezi introverzí/extroverzí a sklonem hovořit při týmovém projektu.

5.2.4 Eysenckův model

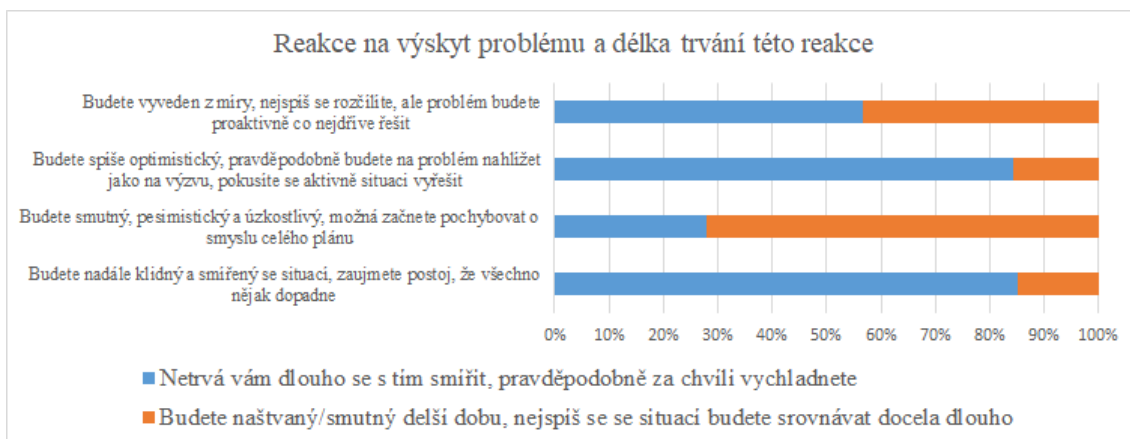
Zařazení respondentů do kategorií Eysenckova modelu probíhalo podobnou metodikou jako zařazování do kategorií, které sestavil Carl Gustav Jung. Kardinální otázkou pro zařazení do Eysenckova modelu byla otázka číslo 13, šlo o uzavřenou otázku se čtyřmi možnými odpověďmi, z nichž každá pojímala jednu Eysenckovu kategorii (cholerik: žlutá, sangvinik: oranžová, flegmatik: zelená, melancholik: šedá).



Obr. 5.22 Eysenckův model

Avšak protože stejně jako Jungův model je i ten Eysenckův komplexní teorií, kterou nelze ultimátně určit pouze jedinou otázkou, bylo i zde provedeno třídění druhého stupně a následné testování Chi-square testem, aby se ověřila validita tohoto zjištění a dalo se s ním pracovat. Jelikož Eysenckův model pracuje s větším množstvím proměnných, byly sestaveny dvě třídění druhého stupně, jedno pro ověření neuroticismu, druhé pro ověření introverze a extroverze.

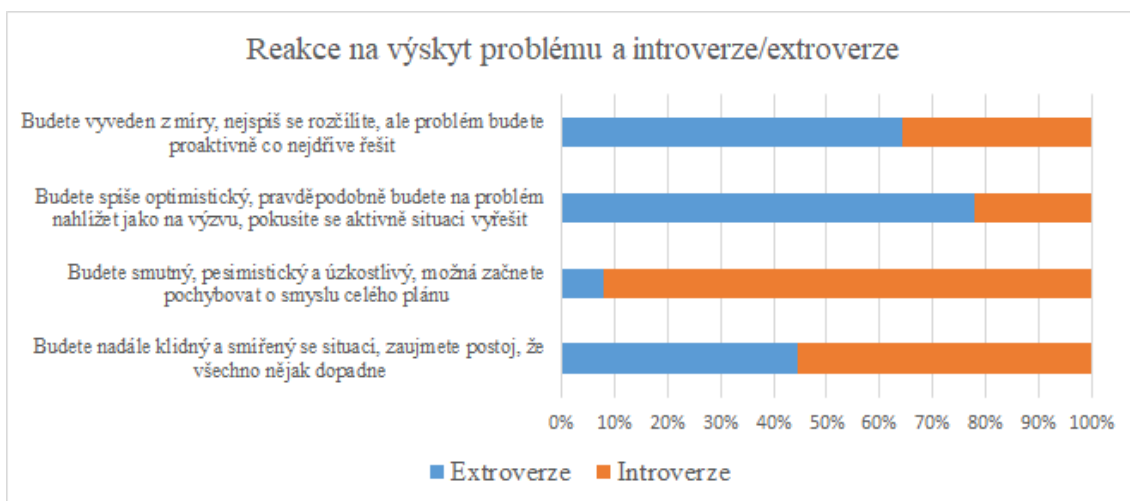
Nejprve byl ověřen neuroticismus, a to pomocí otázky číslo 16, ve které autor zkoumal délku trvání reakce na podnět, konkrétně na vyvedení z míry. Graf níže je vyvozen z kontingenční tabulky, která se nachází v příloze číslo 2, a ilustruje vztah mezi bezprostřední reakcí na podnět a následnou délkou trvání této reakce.



Obr. 5.23 Reakce na výskyt problému a délka trvání této reakce

Po provedení Chi- square testu se prokázala závislost mezi odpověďmi na otázku číslo 13 a odpověďmi na otázku číslo 16, to ostatně rovněž vyplývá z grafu výše.

Po ověření neuroticismu, byla ověřena introverze a extroverze. Graf níže je vyvozen z kontingenční tabulky, která se nachází v příloze číslo 2, a ilustruje vztah mezi reakcí na výskyt problému a introverzí a extroverzí.

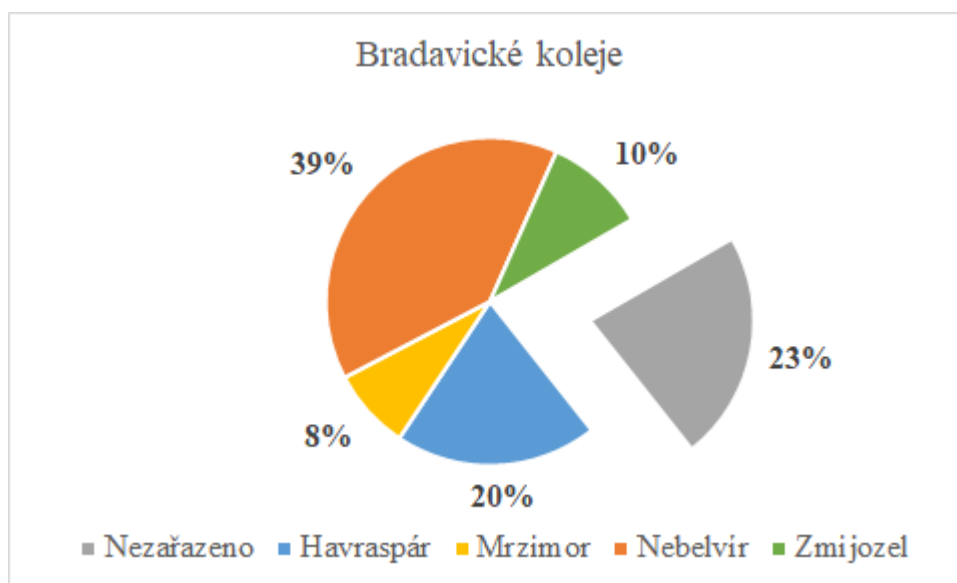


Obr. 5.24 Reakce na výskyt problému a introverze/extroverze

Z grafu je patrné, že vztah mezi introverzí a extroverzí a atributy jednotlivých kategorií Eysenckova modelu skutečně existuje, nejvýznamnější je tato závislost v případě melancholiků, z nichž celých 92 % spadá spíše do introverze. Pearsonův Chi-square test tuto závislosti potvrdil.

5.2.5 Bradavické koleje

V otázce číslo 10 byla úniková odpověď pro respondenty, kteří se sami zařadit nedokáží, jelikož se ve společnosti nepočítá se 100% znalostí atributů jednotlivých kolejí, nicméně přesto se značné procento respondentů zařadit dokázalo, a to celých 77 %. V grafu níže jsou tito respondenti zobrazeni barvami podobnými barvám jednotlivých kolejí (Havraspár: modrá, Mrzimir: žlutá, Nebelvír: červená, Zmijozel: zelená), respondenti, kteří si zvolili únikovou odpověď jsou zdánlivě vyloučeni a jsou zobrazeni barvou šedou.



Obr. 5.25 Bradavické koleje

Nejpopulárnější kolejí, se kterou se ztotožňuje nejvíce studentů, je kolej Nebelvír. Toto může být způsobeno i obecnou popularizací této koleje a tím, že je jí (především ve filmovém zpracování Harryho Pottera) věnováno nejvíce prostoru. Druhá nejzastoupenější kolej na Ekonomické fakultě je kolej Havraspár s 20 % respondentů. Zastoupení kolejí Mrzimir a Zmijozel se liší pouze o 2 procentní body ve prospěch Zmijozelu.

5.3 Postoje studentů k zahraničním výjezdům na základě osobnostních profilů

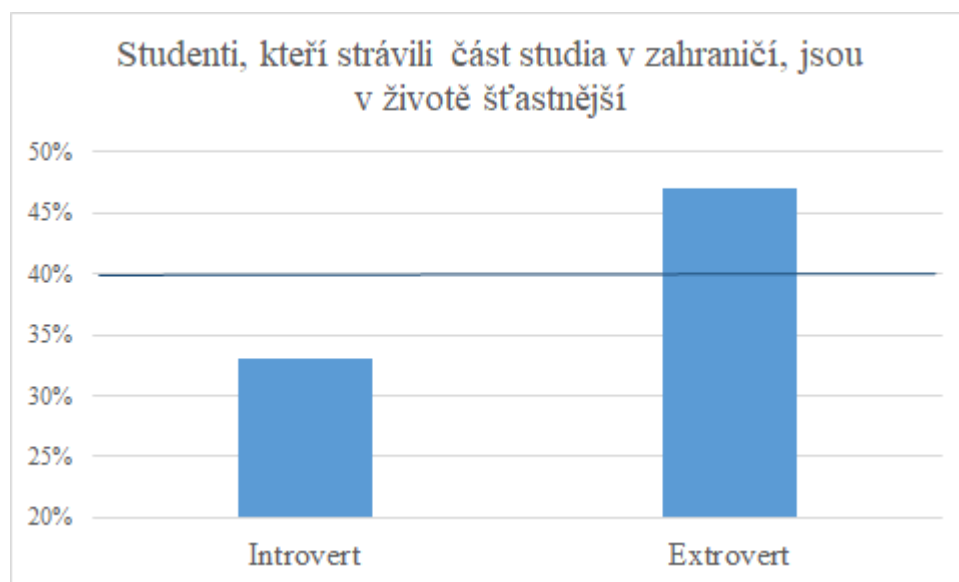
V této podkapitole autor pracuje s kombinací postojových otázek z první části dotazníku a osobnostních otázek z druhé části dotazníku. Finální verzi této podkapitoly předcházela testovací fáze, kdy autor testoval závislost odpovědí v postojových otázkách na osobnostních charakteristikách respondentů. Průběh testování byl následující.

Bylo sestaveno třídění druhého stupně pro postojové a osobnostní otázky a proveden Chi-square test pro každou kombinaci, v případě, že se Chi-square test prokázal jako nepřesný (minimální očekávaná hodnota buněk byla příliš malá), byl výsledek upřesněn Fisherovým testem. Pro kombinace postojových a osobnostních otázek, u kterých se prokázala statistická závislost, byly sestaveny komplexní kontingenční tabulky (v příloze číslo 2). Tyto statisticky významné kombinace jsou obsahem této podkapitoly.

Pro výstižnou demonstraci výsledků závislostí byly použity sloupcové (výjimečně spojnicové) grafy vycházející z průměrných procentuálních výsledků pro každou kategorii. Průměrný procentuální výsledek celého výběrového souboru je ve sloupcových grafech znázorněn tmavě modrou horizontální linkou. Tato hranice umožňuje lepší porovnání výsledků jednotlivých kategorií.

5.3.1 Jungova typologie

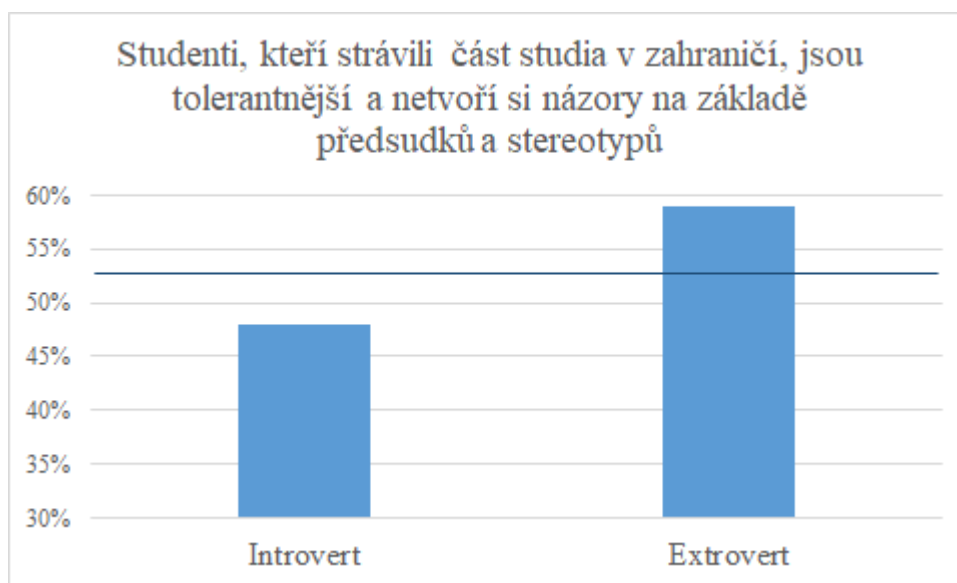
Nejvíce statisticky potvrzených rozdílů existuje mezi introverty a extroverty, po provedení Pearsonova Chi-square (případně Fisherova) testu se ukázalo, že názory introvertů a extrovertů se signifikantně liší ve čtyřech postojích.



Obr. 5.26 Jung a štěstí

Nejvyšší rozdíl mezi procentuálním souhlasem s výrokem mezi introvertními a extrovertními respondenty vychází u výroku: “studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou v životě šťastnější,” rozdíl zde činí 14 procentních bodů, introverti

s výrokem souhlasí pouze z 33 %, kdežto extroverti vykazují míru souhlasu 47 %. Tento výsledek poměrně dobře koreluje s teoretickým pozadím introverze a extroverze, introverti, kteří čerpají energii spíše ze svého vnitřního světa a mají obecně vyšší citlivost vůči podnětům, zřejmě nemají pocit, že by tak silný podnět jako zahraniční výjezd byl pro šťastný život nezbytný, naopak extroverti, kteří bývají zpravidla méně vzrušiví, mají spíš než introverti tendenci považovat tento silný podnět za předpoklad pro životní štěstí.



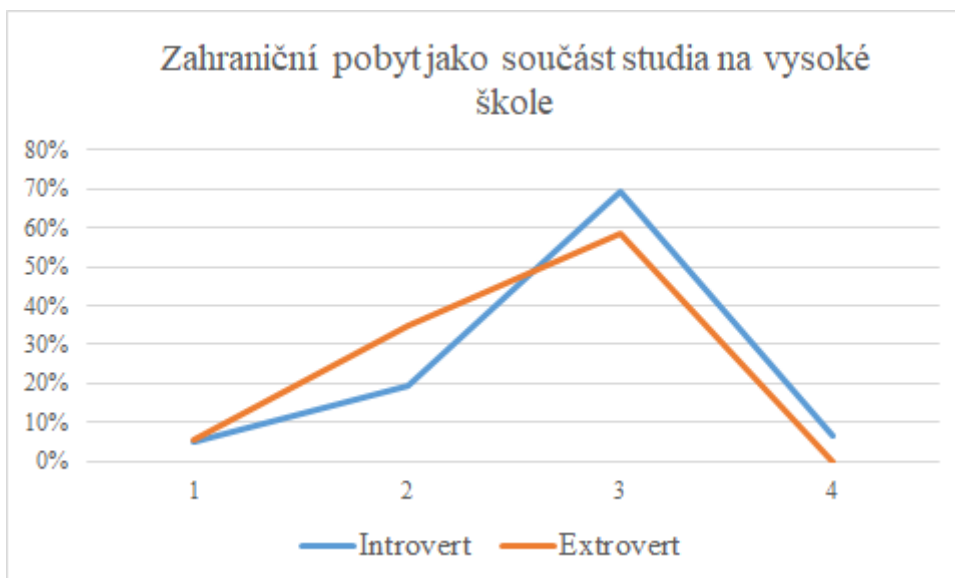
Obr. 5.27 Jung a stereotypy

Dalším významným rozdílem mezi introverty a extroverty je názor na to, zda ti, kteří zahraniční výjezd již absolvovali, jsou nyní tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků a stereotypů. I v tomto případě je míra souhlasu vyšší ve skupině extrovertů, činí 59 %, introverti s výrokem souhlasí pouze z 48 %. Jde o velice zajímavé zjištění. Otázkou zůstává, zda je důvodem této disonance mezi introverty a extroverty to, že introverti skutečně nemají pocit, že by zahraniční výjezdy mohly nějak výrazně ovlivnit míru tolerance a způsob tvoření si názorů, nebo to, že se extroverti přirozeně vystavují většímu množství situací, které toto tvrzení ověří, a tak mají výraznější názor.



Obr. 5.28 Jung a výhradní právo pro extroverty

Jsou to právě introverti, kdo se domnívá, že zahraniční výjezdy jsou pouze pro extrovertní a společenské lidi, jejich míra souhlasu sice není nijak závratně vysoká, není to tedy nijak alarmující negativní postoj, avšak je o dost vyšší než míra souhlasu vykázaná extroverty, rozdíl zde činí 7 procentních bodů.



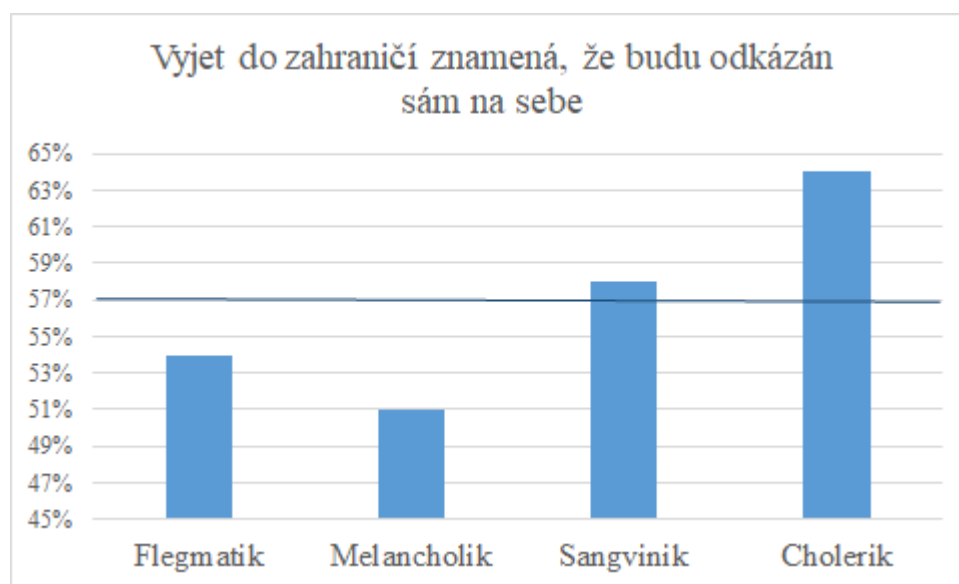
Obr. 5.29 Jung a přínos zahraničního pobytu

Poslední výraznější rozdíl mezi názorem introvertů a extrovertů se projevil v otázce, ve které byli respondenti vyzváni, aby posoudili pozitivní či negativní přínos zahraničního pobytu a případnou povinnost na něj v průběhu studia na vysoké škole vyjet.

Spojnicový graf přehledně mapuje rozdíl v trendu odpovědí introvertů (modrá linka) a extrovertů (oranžová linka). Levá strana grafu (hodnota 1 na ose x) konvenuje názoru naprosté nutnosti zahraničního pobytu pro vysokoškolského studenta, pravá strana grafu (hodnota 4 na ose x) naopak popírá přínosnost zahraničního pobytu. Z grafu vyplývá, že extroverti mají tendence hodnotit zahraniční pobyt pozitivněji a spíše než introverti jej považují za nedílnou součást univerzitního studia.

5.3.2 Eysenckův model

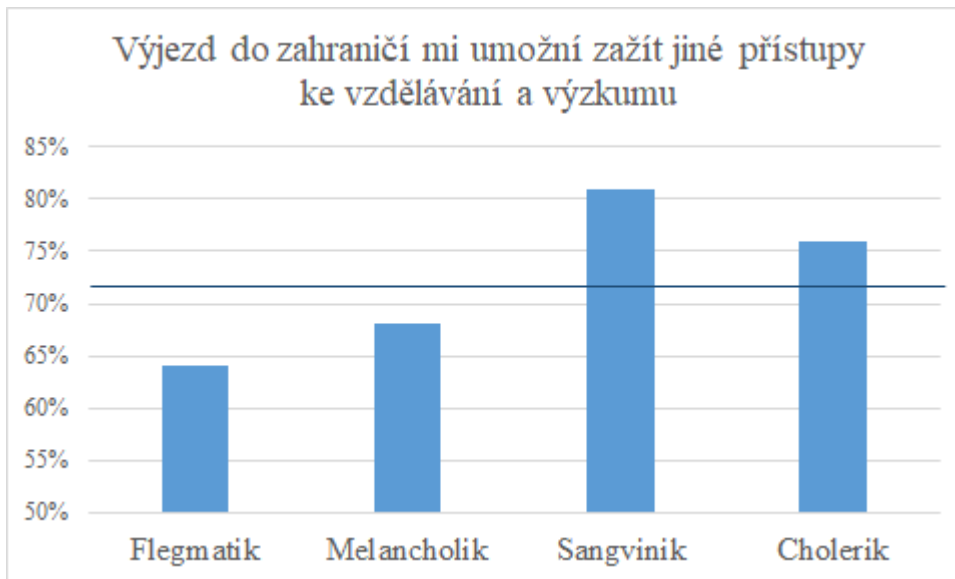
Signifikantní rozdíly mezi názory jednotlivých kategorií Eysenckova modelu se projevíly ve třech oblastech.



Obr. 5.30 Eysenck a osamostatnění se

Strach z nutnosti osamění nejvýrazněji cítí cholerici, po nich následují sangvinici, nejméně jej pociťují melancholici a jen o trochu více flegmatici. Průměrný cholerik se bojí toho, že bude odkázán sám na sebe z 64 %, průměrný melancholik pouze z 51 %. Vysvětlením těchto rozdílů může být fakt, že melancholik a flegmatik inklinují spíše k introverzi, sangvinik a cholerik spíše k extroverzi, proto se u choleriků a sangviniků projevuje strach z osamění výrazněji. Toto ostatně ilustruje rovněž pozice jednotlivých kategorií vzhledem k průměrné odpovědi celého výběrového souboru. Ti se sklonem k introverzi mají podprůměrný strach z osamění, ti se sklonem k extroverzi mají tento strach nadprůměrný. Cholerik kromě extroverze má tendence také k vyššímu

neuroticismu, což může být příčinou toho, že tento strach prožívá výrazněji než všechny zbylé osobností kategorie.



Obr. 5.31 Eysenck a jiné přístupy ke vzdělání a výzkumu

Podobná distribuce kategorií se vyskytuje u postoje ohledně možností zažít jiné přístupy ke vzdělání a výzkumu, i v tomto případě flegmatici a melancholici vykazují podprůměrnou míru souhlasu a cholerici a sangvinici nadprůměrnou. Rozdíl zde je v tom, že nejvíce s výrokem souhlasí sangvinici, toto je pravděpodobně způsobeno tím, že sangvinici mají sklon k optimismu, jelikož jak se ukáže později, mezi názory optimistů a pesimistů na stejný výrok se vyskytuje rovněž signifikantní nesoulad. Nejnižší míru souhlasu zde vykazují flegmatici, kteří možná z důvodu své klidné vyrovnané smířené povahy nepocítují příliš výrazné rozdíly v přístupech různých institucí ke vzdělání a výzkumu.

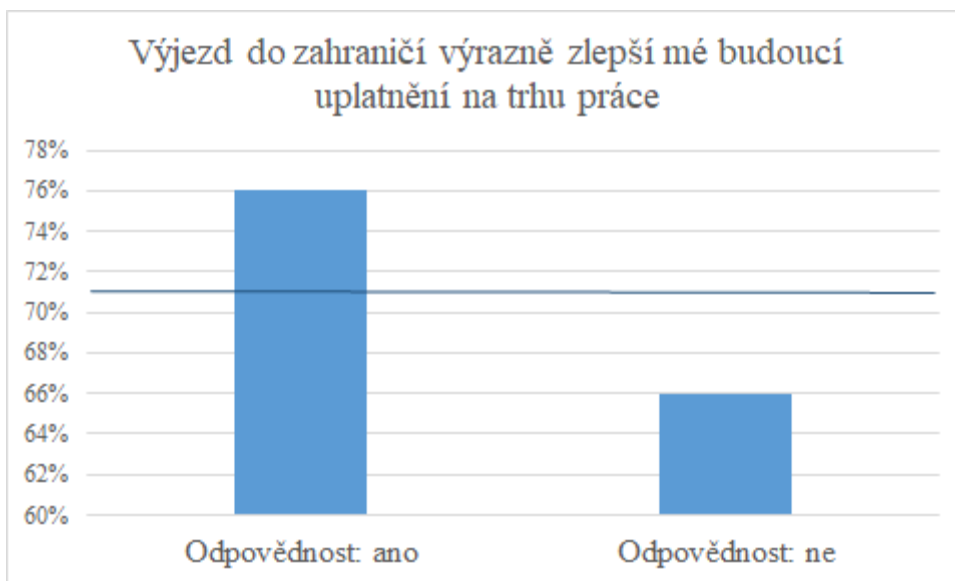


Obr. 5.32 Eysenck a jedinečná životní zkušenost

Sangvinici vykazují nejvyšší míru souhlasu s tím, že je výjezd do zahraničí jedinečná a nenahraditelná zkušenost, jen o jeden procentní bod nižší míru souhlasu vykazují cholerici a flegmatici. Všechny tři zmíněné skupiny se nacházejí nad hranicí průměrnosti. Průměr snižují melancholici, kteří s tím, že je výjezd do zahraničí jedinečná a nenahraditelná zkušenost, souhlasí pouze ze 74 %. Melancholici jakožto osobnostnímu typu se sklonem k pesimismu, introverzi a vyššímu neuroticismu dělá možná potíže vidět zahraniční výjezd v tak pozitivním světle, v jakém ho vidí ostatní kategorie, které tyto sklony buď mají slabší nebo žádné.

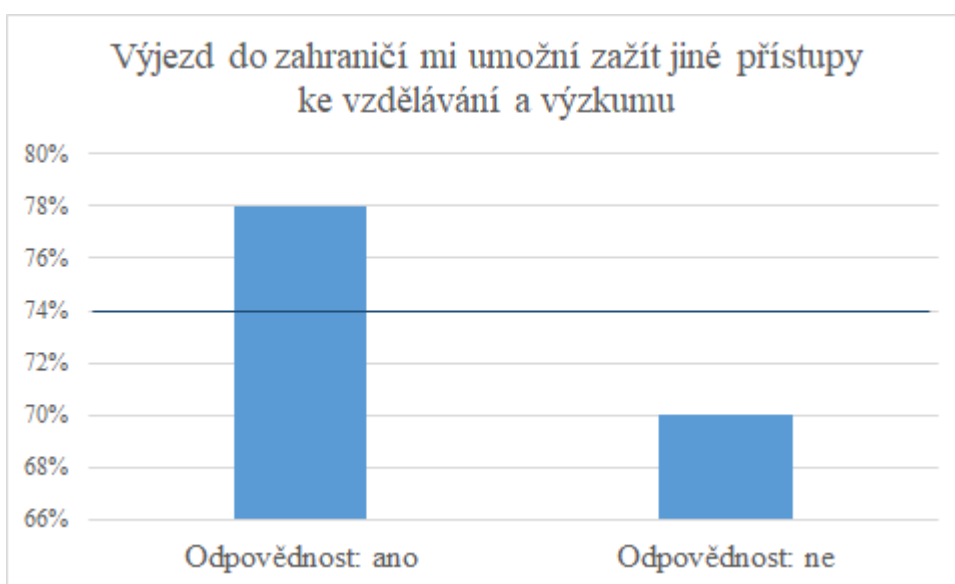
5.3.3 Odpovědnost

Při statistickém testování se projevily rozdíly mezi těmi, kteří spíše rádi přebírají odpovědnost, a těmi, kteří spíše neradi přebírají odpovědnost, ve třech postojích.



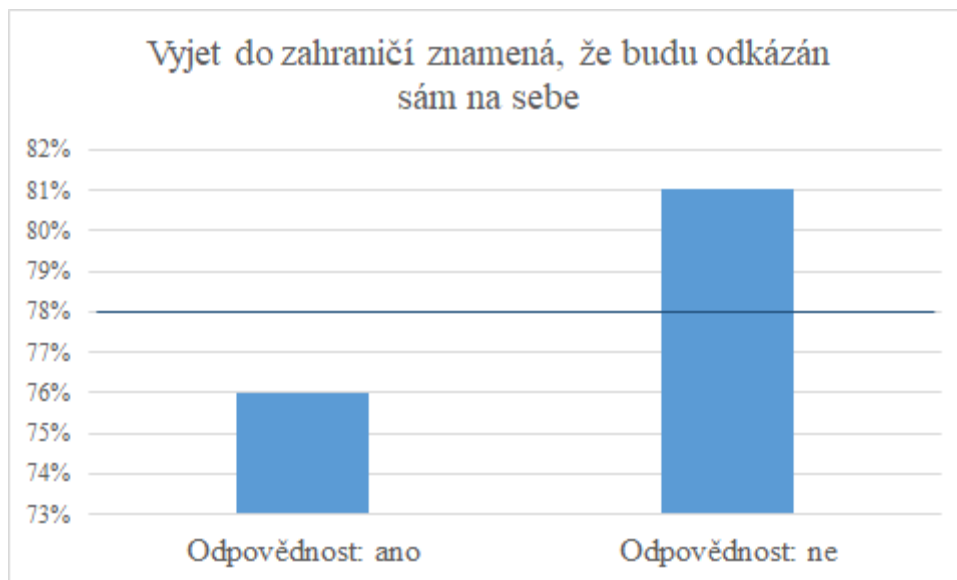
Obr. 5.33 Odpovědnost a uplatnění

Ti, kteří rádi přebírají odpovědnost se ze 76 % domnívají, že zahraniční pobyt výrazně zlepší jejich budoucí uplatnění na trhu práce, to je o 10 procentních bodů vyšší míra souhlasu, než kterou vykazali ti, kteří odpovědnost přebírají neradi. Odůvodněním tohoto rozdílu může být fakt, že lidé, kteří uznají, že rádi přebírají odpovědnost mají možná už nyní tendence přebírat odpovědnost za své budoucí profesní uplatnění a rozhodují se na zahraniční výjezd vyjet právě proto, aby měli po dokončení studií na čem stavět. Bylo by tedy logické, že budou spíše inklinovat k souhlasu s tímto výrokem, protože kdyby nesouhlasili, nemělo by pro ně možná až tak velký význam někam vyjet.



Obr. 5.34 Odpovědnost a jiné přístupy ke vzdělání a výzkumu

Ze stejného důvodu nejspíš dochází k nesouhlasu mezi těmi, kteří rádi přebírají odpovědnost, a těmi, kteří neradi, i v případě názoru na to, zda jim zahraniční výjezd umožní zažít jiné přístupy ke vzdělání a výzkumu. Rozdíl je zde 8 procentních bodů a spíše s výrokem souhlasí ti, kteří odpovědnost přebírají rádi.

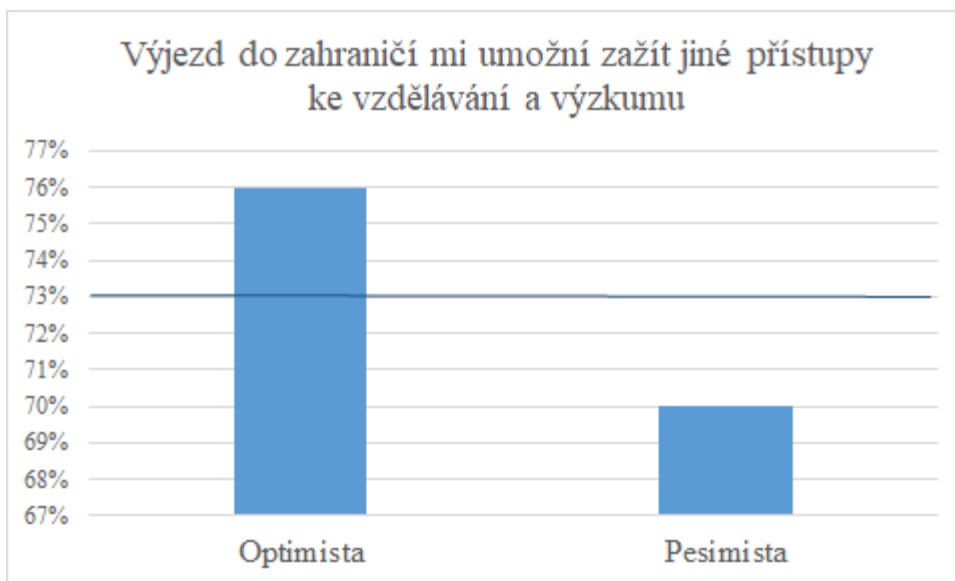


Obr. 5.35 Odpovědnost a strach z osamostatnění se

Ti, kteří spíše neradi přebírají odpovědnost, se naopak spíše bojí toho, že je odjezd na zahraniční výjezd odtrhne od jistot a že budou odkázáni sami na sebe. I tento výsledek je pochopitelný, jelikož být odkázán sám na sebe znamená převzít odpovědnost za veškeré své jednání, kroky i události, které se danému jedinci stanou. Toto množství nové odpovědnosti, která už není jistotami domácího prostředí eliminována a diverzifikována mezi řadu již vybudovaných sociálních kontaktů, může být pro ty, kteří odpovědnost neradi přebírají, děsivá.

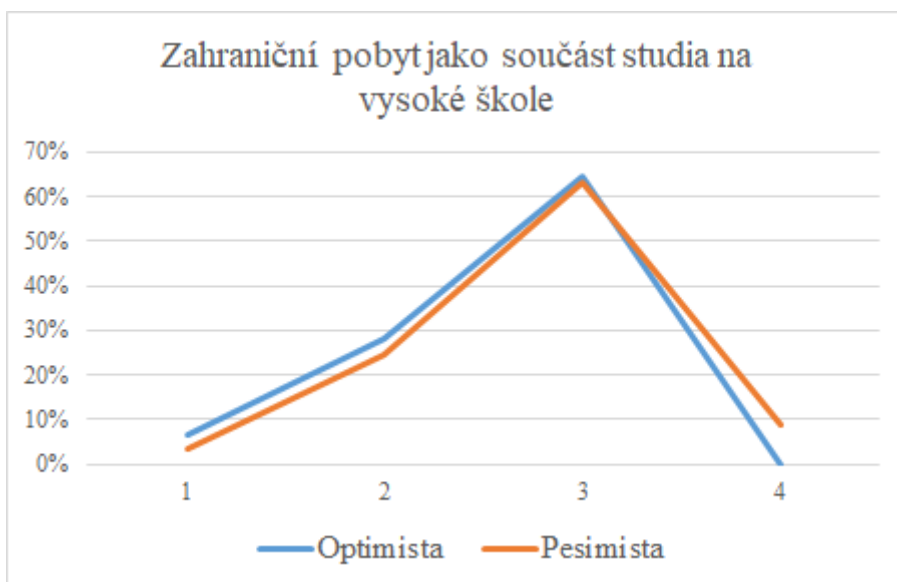
5.3.4 Optimismus/pesimismus

Při analýze optimismu a pesimismu (bez dalších osobnostních souvislostí) a jejich vztahu k postojům respondentů se ukázalo, že mezi nimi existuje významný rozdíl ve dvou oblastech.



Obr. 5.36 Optimismus, pesimismus a přístupy ke vzdělání a výzkumu

Optimisté očekávají, že jim zahraniční výjezd umožní zažít jiné přístupy ke vzdělání a výzkumu, jejich míra souhlasu s tímto výrokem je 76 %. Je to velice pochopitelný výsledek vzhledem k teoretickým východiskům optimismu a pesimismu, optimista očekává pozitivní vývoj událostí, pesimista má sklon být skeptický a pochybovat.



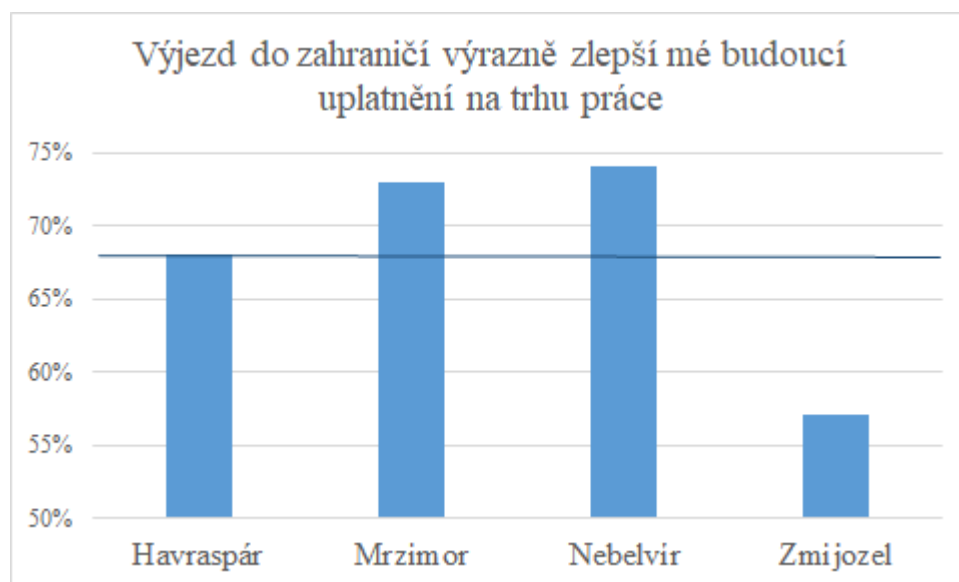
Obr. 5.37 Optimismus, pesimismus a zahraniční pobyt jako součást studia na vysoké škole

Názory optimistů a pesimistů se nepřekrývají ani v případě nahlížení na zahraniční pobyt jako na součást vysokoškolského studia. Modrá linka mapující trend názorů

optimistů vede v podstatě po celou dobu po levé straně oranžové křivky mapující názorový trend pesimistů, to znamená, že optimisté spíše hodnotí zahraniční pobyt pozitivně. To, že se optimistická linka nachází nad pesimistickou v prvním a druhém horizontálním kvadrantu a pod pesimistickou ve třetím a čtvrtém kvadrantu rovněž značí, že kladně hodnotí zahraniční výjezdy relativně více optimistů než pesimistů. Pozoruhodný poznatek vyplývající ze třídění druhého stupně je, že žádný optimista si nemyslí, že zahraniční pobyt není přínosný. Naopak 9 % pesimistů zahraniční pobyt za nepřínosný považuje.

5.3.5 Bradavické koleje

Testování závislosti bradavických kolejí a postojů k zahraničním výjezdům neprokázalo žádné signifikantní závislosti (p value nebyla ani v jednom případě nižší než 5 %), avšak třídění druhého stupně ukázalo zajímavou nuanci pro postoje k tomu, zda zahraniční pobyt výrazně zlepší budoucí uplatnění na trhu práce, p value pro tuto závislost byla 10 %, což značí spíše statistickou nevýznamnost než významnost, přesto se autor rozhodl do práce zahrnout grafické zpracování vycházející z kontingenční tabulky třídění druhého stupně, které znázorňuje určité jemné rozdíly.



Obr. 5.38 Bradavické koleje a uplatnění na trhu práce

Nejvýraznější souhlas s výrokem vykazují studenti Nebelvíru (74 %), nejnižší poté studenti Zmijozelu (57 %). Je zajímavé, že se největší rozdíl prokázal mezi Nebelvírem a Zmijozelem, neboť jsou to právě tyto dvě koleje, které mají tendence

k vysoké míře odhodlanosti při cestě za vlastními cíli. Důvodem rozdílu zde může být jedna z typických vlastností Zmijozelu, kterou je to, že Zmijozelští mají sklon využívat veškeré dostupné prostředky za účelem dosažení cíle, a tak se možná v jejich očích nejeví tento jediný faktor, výjezd do zahraničí, jako zvlášť výrazný aspekt akademického a profesního života, který by převyšoval všechny ostatní.

5.4 Vyhodnocení hypotéz

V této fázi budou explicitně potvrzeny či vyvráceny hypotézy stanovené v přípravné části metodiky výzkumu. Většina z nich již byla potvrzena či vyvrácena v předchozí části výzkumu. U těch, kterých se to týká, bude v této podkapitole pouze vysloveno, zda došlo k potvrzení či vyvrácení a bude přidán odkaz na analýzu v rámci předchozí části výzkumu. U těch hypotéz, které v předchozí části výzkumu ještě analyzovány nebyly, bude zpracována analýza v rámci této podkapitoly.

- **H1: Minimálně 70 % studentů se zatím nezúčastnilo zahraničního pobytu.**

Potvrzeno, obr. 5.1

- **H2: Nejvýznamnější bariérou zahraničních pobytů je předpokládaná finanční náročnost.**

Potvrzeno, obr. 5.12

- **H3: Alespoň 70 % studentů považuje zahraniční pobyt za přínosný.**

Potvrzeno, obr. 5.14

- **H4: Průměrná míra souhlasu s pozitivními výroky je vyšší než průměrná míra souhlasu s negativními výroky.**

Potvrzeno, tab. 5.3

- **H5: Průměrná míra souhlasu s negativními výroky je nižší než 50 %.**

Vyvráceno, tab. 5.3

- **H6: Existuje závislost mezi introverzí/extroverzí a tím, zda se respondent domnívá, že je zahraniční pobyt pouze pro společenské lidi.**

Potvrzeno, obr. 5.28

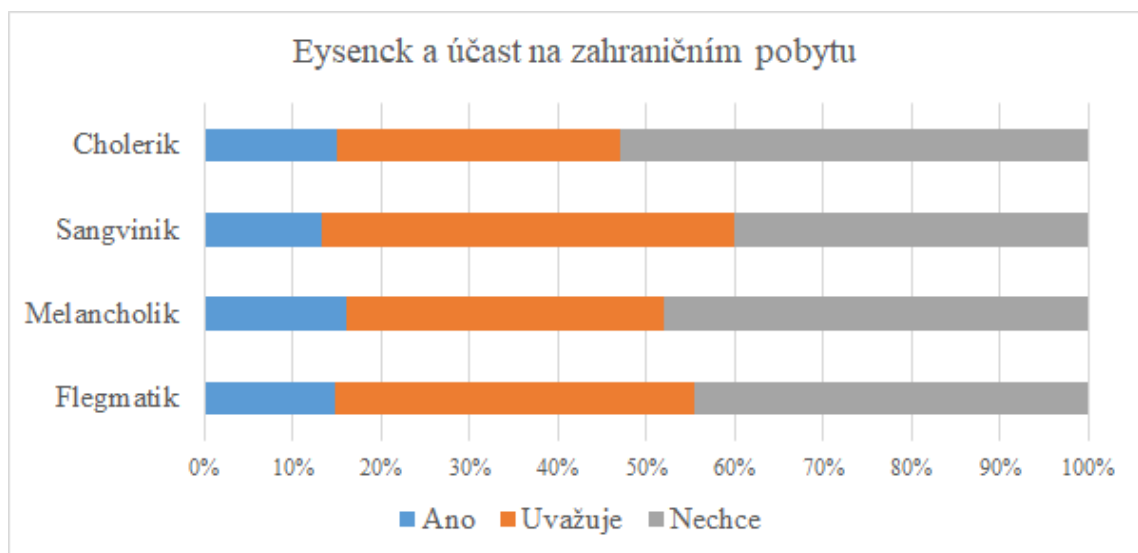
- **H7: Extroverti vnímají zahraniční pobyt jako přínosnější více než introverti.**

Potvrzeno, obr. 5.29

- **H8: Existuje závislost mezi tím, do jaké kategorie Eysenckova modelu respondent spadá, a tím, zda již byl na zahraničním pobytu.**

Vyvráceno

Bylo sestaveno třídění druhého stupně, kontingenční tabulka je k dispozici v příloze číslo 2, a provedeno statistické testování Pearsonovým Chi-square testem. P value vyšla 87 %, což znamená, že mezi Eysenckovými kategoriemi a tím, zda respondent již byl na zahraničním pobytu, neexistuje statistická závislost.



Obr. 5.39, Eysenck a účast na zahraničním pobytu

- **H9: Existuje závislost mezi tím, do jaké kategorie Eysenckova modelu respondent spadá, a tím, zda považuje zahraniční pobyt za nenahraditelnou životní zkušenost či nikoliv.**

Potvrzeno, obr. 5.32

- **H10: Existuje závislost mezi tím, zda respondent rád přebírá odpovědnost či nikoliv, a tím, zda očekává výrazné zlepšení svého uplatnění na trhu práce díky zahraničnímu pobytu.**

Potvrzeno, obr. 5.33

- **H11: Optimisté hodnotí zahraniční pobyt jako přínosnější více než pesimisté.**

Potvrzeno, obr. 5.37

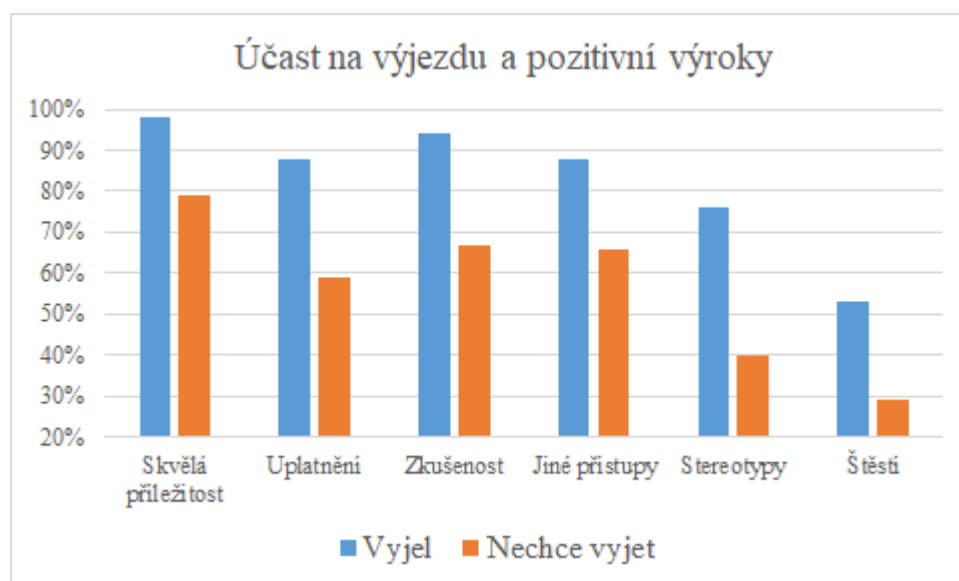
- **H12: Existuje závislosti mezi tím, zda respondent již na zahraničním pobytu byl, a tím, jaké k zahraničním pobytům má postoje.**

Potvrzeno

Pro potvrzení nebo vyvrácení této hypotézy bylo provedeno 14 Pearsonových Chi-square (v případě potřeby Fisherových). Testy byly provedeny pro každý výrok otázek číslo 4 a 5 v kombinaci s otázkou číslo 1, tedy informaci, zda respondent již na nějakém zahraničním výjezdu byl či nikoliv.

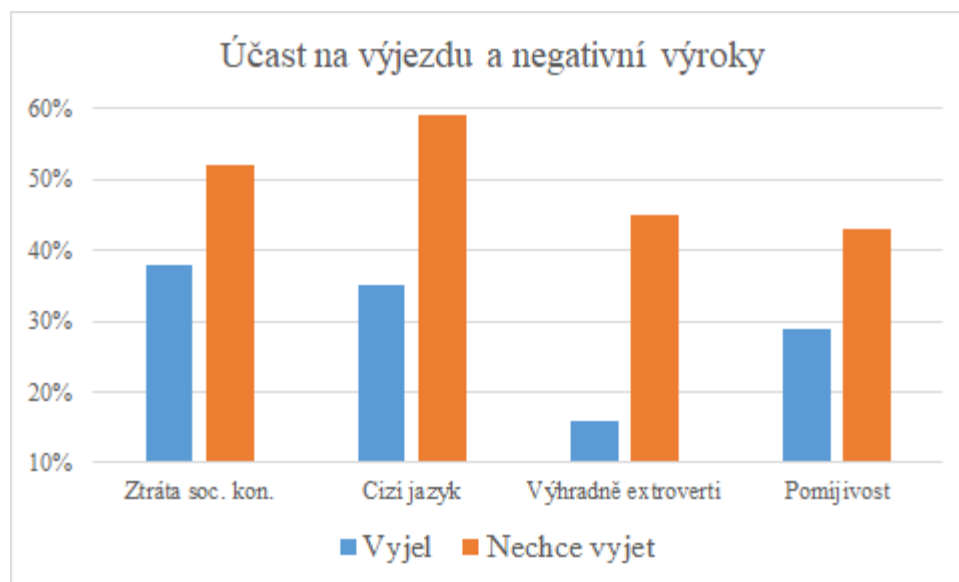
Závislost se potvrdila v 72 % výroků (10 výroků ze 14). V příloze číslo 2 se nachází třídění druhého stupně a jednotlivé p value ke každému z těchto 10 výroků s potvrzenou závislostí. Níže se nacházejí dva grafy vycházející z informací v příloze číslo 2.

Pro sestavení obou grafů a zachování jejich přehlednosti byly vyselektovány pouze ti, kteří vyjeli, a ti, kteří nevyjeli a ani o tom neuvažují.



Obr. 5.40 Účast na výjezdu a pozitivní výroky

Z grafu jsou patrné výrazné rozdíly v postojích těch, kteří vyjeli, a těch, kteří nevyjeli. Je vidět, že ti, kteří nevyjeli jsou k určitým pozitivním výroky o zahraničních výjezdech mírně skeptičtí, ti, kteří vyjeli, naopak potvrzují svou vysokou mírou souhlasu validitu výroků.



Obr. 5.41 Účast na výjezdu a negativní výroky

U je negativních výroků je naopak vidět, že ti, kteří nevyjeli, mají obavy z předpokládaných bariér. Domnívají se, že mohou ztratit přátele či lásku doma, že musí umět perfektně cizí jazyk, že je zahraniční pobyt pouze pro extroverty a že vše, co si v zahraničí vybudují, je pomíjivé a v dlouhodobém měřítku bezcenné. Těmto postojům kontrují ti, kteří vyjeli, a svou nízkou mírou souhlasu s uvedenými výroky vlastně potvrzují, že jsou tyto obavy liché. Jejich odpovědi dokazují, že sociální kontakty neztratili, zjistili, že není třeba umět cizí jazyk perfektně, že zahraniční pobyt není pouze pro extroverty a společenské lidi a že v zahraničí mohou být vybudovány trvalé vztahy, trvalé úspěchy, trvalé základy pro budoucí život.

5.5 Ideální zákazník International Office EkF VŠB-TUO

Tvorba profilu ideálního zákazníka International Office Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava vychází z provedených analýz v této kapitole. Jelikož jde o tvorbu ideálního osobnostního profilu, vychází autor především z postojů, u kterých byla potvrzena statistická závislost s typem osobnosti. Kromě

závislostí autor pracuje také s obecnými analýzami, které provedl v rámci této kapitoly, a to především za účelem dokreslení modelové osoby.

Ideální zákazník je v tomto případě takový, který již nyní vykazuje pozitivní postoje a jehož názory na zahraniční výjezdy jsou v porovnání s jinými osobnostními typy výrazně pozitivní. Je to osoba, která vykazuje vyšší míru souhlasu s pozitivními postoji a nižší s negativními, než je tomu u jiných typů osobnosti. Je to člověk, jehož postoje již nyní směřují k tomu, aby se v průběhu dalších let na zahraniční pobyt vydal, je to člověk, kterého už stačí jen správným způsobem postrčit k převedení kladné emocionální a kognitivní složky postojů ke složce konativní, tedy k činu - výjezdu do zahraničí.

Úplně nejvíce rozdílů mezi postoji se projevilo mezi introverty a extroverty, přičemž veškeré testy vyšly ve prospěch extroverta, extrovert vykazuje signifikantně vyšší souhlas pro dva pozitivní výroky, obecně hodnotí zahraniční pobyt jako přínosnější a nemá pochybnosti o tom, že by byl zahraniční pobyt pouze pro určitý typ osobnosti. Tento extrovert by měl být ideálně optimistou, jelikož optimisté vykazují signifikantně vyšší míru souhlasu pro dva pozitivní výroky, než vykazují pesimisté, u optimistů navíc vzniká vyšší pravděpodobnost, že se do nějaké činnosti pustí. Jelikož je modelová persona extrovertem, z Eysenckova modelu zbývá na výběr sangvinik a cholerik, už z teoretických východisek vyplývá, že sangvinik a cholerik se liší mírou neuroticismu, cholerik má vyšší neuroticismus, sangvinik naopak významně nižší. Výběr sangvinika jako ideálního zákazníka potvrzují i provedené analýzy, sangvinik vykazuje statisticky významnou vysokou míru souhlasu se dvěma pozitivními výroky, má sice nadprůměrnou obavu z nutnosti osamostatnění se, ale toto je obava, se kterou se dá efektivní komunikací pracovat a vyvrátit ji, nepředstavuje tedy významnou překážku pro zvolení sangvinika ideálním zákazníkem. Navíc i přesto, že sangvinik má tuto bariéru, je stále nejvhodnější kandidát ze všech 4 Eysenckových kategorií. Tento extrovertní a optimistický sangvinik by také měl rád přebírat odpovědnost, neboť ti, kteří rádi přebírají odpovědnost vykazují nadprůměrnou míru souhlasu se dvěma pozitivními výroky a nižší obavu z toho, že se budou muset osamostatnit, než ti, kteří odpovědnost přebírají neradi. Toto zároveň vyvážá to, že sangvinik (při oddělení všech dalších charakteristik) má z tohoto osamostatnění strach.

Pro dokreslení ideální osoby je možné doplnit výše zmíněnou charakteristiku také informací, že by v ideálním případě mělo jít o studenta prvního (případně druhého)

ročníku bakalářského studia, neboť takový člověk, má před sebou ještě podstatně dlouhý časový horizont, kdy může zahraniční pobyt uskutečnit, navíc z provedené analýzy vyplývá, že u prvních a druhých ročníků bakalářského studia je největší podíl těch, kteří ještě nevyjeli, ale uvažují o tom. A to je optimální kombinace atributů ideálního potenciálního zákazníka International Office EkF VŠB-TUO.

V neposlední řadě je třeba zmínit, že nezáleží na genderu studenta. Statistické testování v případě genderu neprokázalo významné souvislosti s účastí na zahraničním pobytu ani s postoji k němu.

Je samozřejmě třeba pracovat i s typy osobnosti, které nejsou ideálním potenciálním zákazníkem International Office, je potřeba komunikovat také s těmi skeptičtějšími, kteří mají pochybnosti, pokusit se ty pochybnosti vyvrátit, protože to rozšíří portfolio potenciálních zákazníků. Více o tomto tématu autor hovoří v následující kapitole.

6 Návrhy a doporučení

V této kapitole autor vychází z výsledků provedeného výzkumu, avšak narozdíl od kapitoly předchozí zde nejde o interpretaci dat, nýbrž o propojení již interpretovaných dat s reálnou situací na Ekonomické fakultě Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava. V této kapitole autor kombinuje informace o postojích, které získal z výzkumu, s osobními zkušenostmi s tématem a nabízí návrhy a doporučení pro International Office EkF či jiné zainteresované subjekty, které by mohly vést ke zvýšení zájmu o zahraniční výjezdy, zvýšení povědomí o zahraničních výjezdech či eliminaci studentských obav.

Kapitola je dále rozdělena na čtyři části, první část je věnována obecným očekáváním, bariérám a obavám a vychází především z potvrzených rozdílů v postojích těch, kteří již vyjeli, a těch, kteří ještě nevyjeli, v druhé části je pozornost upřena na ideálního zákazníka popsaného v předchozí kapitole, ve třetí části je popsán přístup, který by mohl být zaujatý vůči osobnostním kategoriím, které jsou nějakým určitým způsobem skeptické k zahraničním výjezdům, ve čtvrté části autor přichází s dalšími doporučeními a návrhy, které jsou spíše doplňující, avšak i přesto mohou mít potenciál vést ke znatelným změnám.

6.1 Obecná očekávání, bariéry a obavy

Z obrázků číslo 5.40 a 5.41 vyplývá, že se postoje studentů, kteří vyjeli, a těch, kteří nevyjeli, signifikantně liší v deseti oblastech. V této fázi je třeba povzbudit pozitivní postoje a vyvrátit ty negativní.

6.1.1 Demonstrace čísel

Jelikož se jedná o ekonomickou fakultu, dá se předpokládat, že studenti považují čísla, procenta, grafy a obecně výsledky výzkumů za atraktivní. Zejména proto by výzkum provedený v rámci této práce mohl posloužit jako optimální opěrný bod pro marketingovou komunikaci mezi International Office a studenty. Každý jednotlivý postoj z obrázků číslo 5.40 a 5.41 by mohl získat vlastní grafické zpracování, úderný verbální komentář a případně doplňující obrázek. Takto vzniklých deset vizuálů by následně mohlo vytvořit komunikační kampaň, tištěné verze by upoutaly pozornost na univerzitních chodbách a digitální verze v online světě (především na fakultních účtech na platformách Facebook a Instagram). Celá tato kampaň by stála na signifikantních

rozdílech v postojích studentů, kteří již na zahraniční pobyt vyjeli. Demonstrace pomocí výsledků již provedeného výzkumu má potenciál vzbudit důvěru, jelikož se opírá o reálná čísla, nejde tedy pouze o prázdné reklamní fráze.

6.1.2 Přínos > výdaj – finanční podpora

Za největší bariéru zahraničního výjezdu studenti podle výzkumu považují finanční náročnost. Tato bariéra nebyla vyvrácena studenty, kteří na zahraniční pobyt již vyjeli, mezi účastí na zahraničním pobytu a postojem k finanční náročnosti zahraničního pobytu nebyla prokázána statistická závislost. V tomto případě tedy nejde o bariéru, která by mohla být komunikována způsobem naznačeným v předchozím odstavci, přesto však je třeba o této překážce hovořit a zabývat se jí, neboť se umístila na prvním místě bariér. Zahraniční pobyt je finančně náročný, nicméně student získává od Evropské unie grant (ten může být v případě, že student doloží, že pochází ze sociálně znevýhodněného prostředí, dokonce navýšen), dále má možnost získat ubytovací stipendium od VŠB - TUO pro dobu strávenou v zahraničí. Tím, že odjede, navíc pravděpodobně pozbyde část výdajů, které má při běžném fungování tady v České republice. Všechny tyto informace by měly být studentům neustále podsouvány a zdůrazňovány (především výše grantu, možnost jeho navýšení a možnost získání ubytovacího stipendia od VŠB-TUO). Dále pro snížení síly této bariéry je třeba komunikovat zahraniční pobyt jako zážitek, příležitost a zkušenost, která je k nezaplacení, aby si studenti uvědomili, že přínos zahraničního pobytu ultimátně převyšuje výdaje s ním spojené.

6.2 Ideální zákazník

V této podkapitole jde o komunikaci s jedním určitým typem zákazníka, jde o extrovertního optimistického sangvinika, který rád přijímá odpovědnost a který je v prvním nebo druhém ročníku EkF VŠB-TUO. Sdělení se samozřejmě dostane ke všem potenciálním zákazníkům, nicméně mělo by cílit především na tohoto ideálního zákazníka a to se podaří tím, že bude správně vizuálně i verbálně nastavené. Jelikož tento ideální zákazník již má kladné postoje k zahraničním výjezdům, je žádoucí v tomto případě vést celou komunikaci v optimistickém pozitivním duchu za účelem povzbuzení kladných postojů a očekávání, utvrzení v názorech a nalákání potenciálního zákazníka na transformace těchto myšlenek a vizí v realitu. Co se týče aktivity fakulty na sociálních sítích, optimálně by v tomto případě mohlo fungovat sdílení příběhů ze zahraničních

výjezdů, fotek, videí a tak dále za účelem představení zahraničního výjezdu jako extatického zážitku.

6.2.1 Simulace mezinárodního prostředí na domácí půdě

Kromě jakési mediální kampaně je ale rovněž žádoucí podporovat motivační aktivity v off-line světě, jehož dopad nemá zpravidla tak krátkou expirační dobu, jako je tomu u virtuálního světa. Kromě International Office funguje na Ekonomické fakultě Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava také ESN, což je studentská organizace, jejíž misí je reprezentovat mezinárodní studenty, a tedy poskytovat příležitosti pro kulturní porozumění a seberozvoj s využitím principu “Students Helping Students”, tedy s využitím principu vzájemné pomoci mezi studenty. ESN VŠB-TUO by mohlo vynaložit úsilí pro propojení mezinárodních studentů, kteří absolvují své zahraniční výjezdy na VŠB-TUO, a domácích studentů například formou různých akcí. Akce by měly být koncipovány tak, aby umožňovaly blízkou integraci mezi zahraničními studenty a domácími studenty. Tato integrace má potenciál nasimulovat atmosféru zahraničního pobytu přímo na domácí univerzitě a vzbudit v domácích studentech touhu absolvovat zahraniční výjezd. Ideálním pojetím by mohlo být využití konceptu “global village” - všechny části světa za jeden den -, kdy by zahraniční studenti připravili stánky svých zemí, které by různou formou (pokrmu, nápoje, fotky, obrázky, hudba) reprezentovali. Zahraniční studenti by mohli být k účasti na této akci motivováni například kredity navíc. Tyto akce by v optimálním případě měly být kvalitně komunikovány s řádným časovým předstihem a způsobem, který by především v domácích studentech vyvolal potřebu se akce zúčastnit.

6.2.2 Vyzdvižení buddy systému

Za účelem podpory mezinárodního prostředí, které by fungovalo jako katalyzátor budoucích zahraničních výjezdů, by bylo dobré rovněž podpořit integraci mezinárodních studentů na VŠB-TUO mezi domácími studenty na pravidelnější bázi, než by tomu bylo u jednorázových akcí. Pod ESN již nyní funguje tzv. buddy systém, který spojuje vždy jednoho domácího studenta s jedním zahraničním studentem, přičemž domácí student na sebe bere roli průvodce a pomáhá zahraničnímu studentovi s adaptací na život jak na fakultě, tak obecně na život v České republice. Tvorba mezinárodních přátelství a především dlouhodobý kontakt s konceptem studia v zahraničí rozhodně může fungovat pro ideálního zákazníka jako jiskra pro zažehnutí plamene touhy po vlastním zahraničním

výjezdu. Ideální zákazník je přirozeně společenský a otevřený výzvám, má tedy silné předpoklady chtít se stát “buddym” a být dobrým “buddym”. Komunikace a propagace buddy systému na vyšší instanci by mohla zvýšit povědomí o něm, buddy systém již totiž funguje, avšak není mezi současnými studenty příliš diskutován a nedostává se mu pozornosti, které by se mu dostávat v ideálním případě mělo.

6.3 Skeptický zákazník

Komunikace se skeptickým zákazníkem je náročná, výchozí bod totiž není nastaven tak, že již sám o sobě posiluje vyjednávací pozici nabízejícího. Skeptický zákazník je navíc poměrně dost rezistentní vůči motivačním motům na reklamních plochách. Komunikace se skeptickým zákazníkem musí být nenápadnější, něžnější a promyšlenější, musí mířit přesně na příčinu skepse a musí s obavami spíše pracovat, zmenšovat je, ale neměla by je explicitně popírat, to by v potenciálním skeptickém zákazníkovi mohlo vzbudit nedůvěru a následně paradoxně zvýšení obav. Ideální je kombinace snižování váhy bariér a zvyšování povědomí o konečném přínosu, který nad bariérami převažuje.

Nejúčinnější komunikace se skeptickým zákazníkem není masová a to ze dvou důvodů, první je zmíněný již výše a je jím určitá rezistence skeptického zákazníka k obecným, mnohdy neurčitým a často plytkým reklamním zpracováním, druhým důvodem je fakt, že skeptický zákazník nevychází z žádného jednotného archetypu, nejde o homogenní masu tvorů, kteří sdílejí stejné obavy a charakteristické rysy, skepse a obavy jsou velmi individuální a jejich diverzita je vysoká, jinými slovy jde o to, že každý jedinec se obává jiných věcí a jinak na své obavy reaguje. Je-li cílem doopravdy pracovat s obavami skeptických studentů, je nutné s nimi jednat individuálně.

6.3.1 Mentoring program

Mentoring program již funguje na řadě vysokých škol a je poměrně běžným nástrojem integrace v zaměstnání. Mentoring program funguje na principu vztahu mezi dvěma lidmi, z nichž jeden je profesionálně (v tomto případě akademicky) výše a druhý svou cestu s institucí teprve začíná. V praxi by mohl mentoring program na EkF VŠB-TUO fungovat následovně. Studenti na začátku třetího ročníku bakalářského studia a na začátku druhého ročníku navazujícího magisterského studia by dostali možnost zúčastnit se mentoring programu jako mentoři (motivací by zde rovněž mohly být kredity navíc,

kdyby bylo možné mentoring program zařadit do studijního plánu jako volitelný předmět), každému takovému studentovi by byl přidělen student prvního ročníku. Spojení dvou studentů by mohlo vycházet z motivačních dopisů, které by studenti při přihlašování se do mentoring programu napsali, nebo z osobnostního testování. Vztah mentora a jeho svěřence by nebyl nijak direktivně řízen, vycházel by pouze z nějakých základních bodů a povinností. Mít mentora by mohlo novým studentům výrazně usnadnit orientaci ve vysokoškolském prostředí a tím i v nabídce International Office. Mentor by měl nastudované fungování International Office a byl by připraven svému svěřenci odpovědět na otázky. Toto by skutečně mohlo být efektivním nástrojem, neboť velké procento studentů z prvního ročníků o zahraničním pobytu uvažuje, ale jen malé procento se jej nakonec zúčastní, takto usnadněný přístup k informacím a poskytnutý pocit jistoty by mohl podpořit odvahu dotáhnout zahraniční výjezd do cíle. Pokud by navíc mentor sám již měl za sebou zahraniční pobyt, šance, že namotivuje svého svěřence také vyjet, se mnohonásobně zvyšuje. Správné fungování mentoring programu by mohlo fungovat jako sněhová koule, mentoři, jež byli na zahraničním pobytu, by produkovali další a další potenciální mentory, jež byli na zahraničním pobytu.

Mentoring program založený na kompatibilitě osobností mentora a svěřence by rovněž umožňoval individuální opatrnou a nenásilnou komunikaci se skeptickými studenty, která byla popsána výše jako žádoucí a optimální forma komunikace s touto velice heterogenní skupinou potenciálních zákazníků.

Skeptickým zákazníkem jsou především introverti, pesimisté a ti, kteří neradi přejímají odpovědnost. Z výsledků výzkumu je patrné, že mají poměrně dost odlišné názory od ideálního zákazníka a cesta z jejich výchozí pozice do uskutečněného zahraničního pobytu je tím pádem delší.

6.4 Další návrhy a doporučení

Následují doplňující návrhy a doporučení.

6.4.1 Prváci a další prváci

Jelikož z výzkumu vyplynulo, že studenti letošního prvního ročníku bakalářského studia nemají úplně dostatečné informace o International Office, bylo by žádoucí se v následujícím akademickém roce aktivně věnovat napravení tohoto nedostatku. Je samozřejmě naprosto pochopitelné, že tomu je tak, jak tomu je, jelikož výuka celý

akademický rok fungovala na distančním principu, ale je rozhodně třeba pokusit se se současnými prváky dohnat ztracený čas. A to zejména proto, že velké procento z nich o zahraničním výjezdu uvažuje. Bude-li v příštím akademickém roce již situace příznivá, tedy bude-li výuka v prezenčním režimu, bude-li světová populace proočkována a budou-li zahraniční výjezdy opět tak bezpečné a snadné, jako tomu bylo dříve, mělo by International Office vynaložit veškeré úsilí, aby oslovili se stejnou naléhavostí jak budoucí prváky, tak současné prváky. International office bude muset zvládnout komunikaci s dvojnásobným počtem potenciálních zákazníků než v roce, který následuje po běžném roce proběhnutém v prezenčním režimu.

6.4.2 Zahraniční výjezdy došly

Následující návrh příliš nevychází z provedeného výzkumu a je spíše experimentální, nicméně přesto je natolik zajímavý, aby byl zmíněn. Návrh není nijak vědecky podložen, stojí pouze na autorově dosavadní zkušenosti, dá se o něm tedy prohlásit, že je empiricky ověřen. Odjet na zahraniční pobyt z VŠB-TUO je rychlejší a snazší než odjet na zahraniční pobyt z některých dalších univerzit v České republice. To je nejspíše způsobeno tím, že o zahraniční pobyty na VŠB-TUO je zájem znatelně nižší. Není tedy třeba čekat v poradnicích a je možné se na zahraniční pobyt doopravdy dostat i opakovaně. Nabízí se otázka, zda tento nízký zájem neplodí budoucí nízký zájem. Jednou z velmi efektivních přesvědčovacích taktik je taktika postavená na principu vzácnosti, tento princip znamená, že lidé chtějí to, co nemohou mít. Značky obvykle s tímto principem pracují tak, že vydávají limitované edice, sezónní slevy a tak dále. To totiž přinutí spotřebitele, aby svůj nákup učinili a nesklouzli k neustálému odkládání na později. Jestli studenti VŠB-TUO mají pocit, že je jim možnost zahraničního výjezdu zcela dostupná úplně kdykoliv a bez čekání, existuje pravděpodobnost, že ji vůbec nevyužijí, neboť ji budou stále odsouvat do budoucnosti. Kdyby ale možnost odjezdu na zahraniční výjezd byla limitovaná, možná by studenti využili příležitost hned v prvním momentu, kdy by ji získali. A funguje-li tento princip, bude tato technika v budoucnu způsobovat exponenciální růst zájemců o zahraniční pobyt. A zájem bude plodit ještě vyšší zájem. Proto by International Office možná mělo do své komunikace zahrnout méně naléhavosti ze své strany a podat studentům zahraniční pobyt jako příležitost, která není úplně dostupná.

7 Závěr

Hlavním tématem této práce byly studentské zahraniční výjezdy a konkrétně situace s nimi spojená na Ekonomické fakultě Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava. Na studentské zahraniční výjezdy bylo v práci nahlíženo z různých úhlů pohledu, došlo k věcnému popisu makroprostředí v rámci České republiky, k popisu současné situace ohledně zahraničních výjezdů na EkF VŠB-TUO, k diskotování důležitosti zahraničních mobilit a především k výzkumu, který spojoval postoje studentů Ekonomické fakulty VŠB-TUO k zahraničním výjezdům a psychologické typologie osobnosti.

Cílem práce bylo zjistit a popsat postoje studentů EkF VŠB-TUO k univerzitním studentským mobilitám.

Výsledky výzkumu prokázaly, že postoje studentů k zahraniční výjezdům jsou spíše kladné, než záporné či indiferentní, nicméně ukázalo se, že existuje jistá ambivalence ve studentských postojích. Drtivá většina studentů se domnívá, že zahraniční výjezd má pozitivní přínos, přesto však na zahraničním pobytu byla méně než pětina výběrového souboru. Výzkum také odhalil určité bariéry, které stojí za tím, že student na zahraniční výjezd neodjede. V rámci výzkumu došlo také ke zkoumání signifikantních souvislostí mezi postojem k zahraničnímu výjezdu a kategorií typologie osobnosti, do které se respondent řadí. Významné statistické závislosti se projevíly v celé řadě postojů.

Na základě provedeného výzkumu autor sestavil osobnostní profil ideálního zákazníka International Office a následně nastínil návrhy a doporučení, která by mohla při jejich správném použití vést ke zvýšení zájmu o zahraniční výjezdy na EkF VŠB-TUO.

Je žádoucí, aby mladí lidé využívali příležitosti, které jsou jim nabízeny, zejména proto, že zkušenosti ze studia v zahraničí jsou jedinečné a nenahraditelné a přinášejí celou řadu benefitů jak pro budoucnost jedince, tak pro budoucnost lidstva.

Seznam použité literatury

Odborná kniha

ARISTOTLE. *Aristotle in 23 Volumes* (Vol. 21) *The Physics*. Translated by H. Rackham. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1944. ISBN: 978-06-749-9081-4.

BROWAEYS, Marie-Joelle a Roger PRICE. *Understanding cross-cultural management* (Third edition). New York: Pearson, 2015. ISBN 978-1-292-01589-7.

CARVER, Charles S. a Michael F. SCHEIER. Optimism. In: SNYDER, Charles R. a Shane J. Lopez (ed.). *Handbook of Positive Psychology*. Oxford: Oxford University Press, 2001. s. 231-243. ISBN: 978-01-951-3533-6.

EYSENCK, Hans Jürgen. Biological dimensions of personality. In: PERVIN, Lawrence A. (Ed.). *Handbook of personality theory and research*. New York: Guilford Press, 1990. s. 244-276. ISBN: 978-08-986-2430-4.

HOLIDAY, Adrian. *Intercultural Communication and Ideology*. London: Sage, 2010. ISBN: 978-18-478-7387-3.

JUNG, Carl Gustav. *Psychological Types*. New Jersey: Princeton University Press, 1971. ISBN: 978-06-910-9770-1.

JUNG, Carl Gustav. *Two Essays on Analytical Psychology*. Torrington, CT: Martino Fine Books, 2014. ISBN: 978-16-142-7717-0.

KASSIN, Saul M. *Psychologie*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN: 978-80-251-1716-3.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Principles of Marketing* (Student ed.). Harlow: Pearson, 2014. ISBN: 978-0-273-78699-3.

KOUDELKA, Jan. *Spotřební chování* (Vyd. 1). Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1698-1.

KOZEL, R., L. MYNÁŘOVÁ a H. SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3527-6.

KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-0966-X.

MASLOW, Abraham H. *A Theory of Human Motivation*. Eastford: Martino Fine Books, 2013. ISBN: 978-1614274377.

NAKONEČNÝ, Milan. *Psychologie osobnosti* (Vyd. 2., rozš. a přeprac.). Praha: Academia, 2009. ISBN 978-80-200-1680-5.

NOLEN-HOEKSEMA, S., B. L. FREDRICKSON, G. R. LOFTUS a W. A. WAGENAAR. *Atkinson & Hilgard's Introduction to Psychology* (15th ed.). Belmont: Wadsworth Pub Co., 2009. ISBN: 978-18-448-0728-4.

ORWELL, George. *Nineteen Eighty-Four*. London: Penguin Books, 1949. ISBN: 978-01-411-8295-7.

REMPLEIN, Heinz. *Psychologie der Persönlichkeit: Die Lehre von der individuellen und typischen Eigenart des Menschen* (5., verbesserte und ergänzte). München : Reinhardt, 1975. ISBN: 978-34-970-0316-7.

ROWLING, Joanne K. *Harry Potter a Kámen mudrců* (6. vyd., 1. vyd.v této úpravě). Praha: Albatros, 2002. ISBN 80-00-01161-1.

RUBINŠTEJN, Sergej Leonidovič. *Základy obecné psychologie*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1967. ISBN: 16-906-67.

SELIGMAN, Martin. *Learned optimism*. New York: Knopf, 1990. ISBN: 978-03-945-7915-3.

SOKOL, Jan. *Etika a život*. Praha: Vyšehrad, 2010. ISBN: 978-80-7429-063-3.

SOLOMON, Michael. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). New York: Pearson, 2016. ISBN: 978-01-341-2993-8.

TAHAL, Radek. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-271-0206-8.

VELČOVSKÁ, Šárka. *Zhodnocení mezigeneračních postojů českých spotřebitelů ke značkám kvality potravin*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2018. ISBN 978-80-248-4162-5.

Článek v odborném časopise nebo ve sborníku z konference

DOSEDLOVÁ, J., H. KLIMUSOVÁ, Z. SLOVÁČKOVÁ a V. KEBZA. *Optimismus a chování vztahující se ke zdraví: Sborník z konference Sociální procesy a osobnost*. Kroměříž: Psychiatrická léčebna v Kroměříži, 2011. s. 65-69. ISBN: 978-80-263-0029-8.

GILOVICH, T. et al., A wonderful life: experiential consumption and the pursuit of happiness. In: *Journal of Consumer Psychology*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2014. 25(1). s. 152-165. ISSN: 1057-7408.

JAKOB, L., E. GARCIA-GARZON, H. JARKE a F. DABLANDER. The Science Behind the Magic? The Relation of the Harry Potter “Sorting Hat Quiz” to Personality and Human Values. In: *Collabra: Psychology* [online]. 2019. 5(1). s. 31. [cit. 2021-03-11]. ISSN: 2474-7394. Dostupné z: <https://doi.org/10.1525/collabra.240>

MASLOW, Abraham H. A Theory of Human Motivation. In: *Psychological Review*. Washington, DC: APA press, 1943. 50(4). s. 370 - 396. ISSN: 0033-295X.

NATHAN, Ganesh. A non-essentialist model of culture: Implications of identity, agency and structure within multinational/multicultural organizations. In: *International Journal of Cross Cultural Management*. US: Sage Publications, 2015. 15(1). s. 101-124. ISSN: 1470-5958.

NICOLAO, L., J. IRVIN a J. GOODMAN. Happiness for Sale: Do Experiential Purchases Make Consumers Happier than Material. In: *Journal of Consumer Research*. Chicago: University of Chicago Press, 2009. 36. s. 188-198. ISSN: 0093-5301.

ROBINSON. David L. How brain arousal systems determine different temperament types and the major dimension of personality. In: *Personality and Individual Differences* [online]. 2001. 31(8). s. 1233-1259. [cit. 2021-03-05]. ISSN: 0191-8869. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886900002117>

ROTHBART, Mary K. a Stephan A. AHADI. Temperament and the development of personality. In: *Journal of Abnormal Psychology* [online]. 1994. 103(1). s. 55-56 [cit.

2021-03-09]. ISSN: 0021-843X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1037/0021-843X.103.1.55>

Elektronické dokumenty a ostatní

BILLER, Chris. *Harry Potter and the Perpetual Struggle to Find My Hogwarts House*. Chancellor's Honors Program Projects [online]. 2019. [cit. 2021-03-11]. Dostupné z: https://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/2295

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. [online]. Český statistický úřad, ©2020. [cit. 2020-12-11]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

EUROPEAN COMMISSION. *European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS)* [online]. European Commission, ©2020. [cit. 2020-12-08]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/education/resources-and-tools/european-credit-transfer-and-accumulation-system-ects_en

EVROPSKÝ PARLAMENT. *Vysokoškolské vzdělávání* [online]. Evropský parlament, ©2021. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/cs/sheet/140/vysokoskolske-vzdelavani>

KOVÁŘOVÁ, Lucie. *Studentské výjezdy do zahraničí* (výsledky průzkumu) [online]. Vyplnto, ©2021. [cit. 2021-03-22]. Dostupné z: <https://studentske-vyjezdy-do-zahran.vyplnto.cz>

VŠB-TUO, Ekonomická fakulta International Office. [online]. VŠB-TUO, ©2021 [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k163/cs/studenti/index.html>

VŠB-TUO, Ekonomická fakulta. *Výroční zpráva 2019* [online]. VŠB-TUO, ©2020. [cit. 2020-12-10]. Dostupné z: <https://dokumenty.vsb.cz/docs/files/cs/edd4bdf0-6dbb-4278-beb6-08a6eal22bb?prevPage=true>

Seznam zkratek

ABC	Affect, behaviour, cognition
CEEPUS	Central European Exchange Programme for University Studies
DAAD	Deutscher Akademischer Austauschdienst
ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
EHEA	European Higher Education Area
EkF	Ekonomická fakulta
ESN	Erasmus Student Network
HDP	Hrubý domácí produkt
HNP	Hrubý národní produkt
IO	International Office
MS	Microsoft
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
OLS	Online Linguistic Support
PEST	Politický, ekonomický, sociální, technologický
SSSR	Sojuz Sovětskich Socialističeskich Respublik
VŠB-TUO	Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové (bakalářské) práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 23. 4. 2021

Bc. Lucie Kovářová

Seznam příloh

Příloha 1 Dotazník

Příloha 2 Tabulky ke kapitole číslo 5

Příloha 1

Dotazník

1. Zúčastnili jste se již nějakého zahraničního pobytu v rámci studia na VŠB?
 - a. Ano
 - b. Ne, ale uvažuji o tom
 - c. Ne a ani o tom neuvažuji
2. Kolika zahraničních pobytů jste se zúčastnili?
 - a. 0
 - b. 1
 - c. 2
 - d. 3 a více
3. V jakém studijním programu jste vyjeli do zahraničí poprvé? (Pokud jste nevyjeli, zaškrtněte, prosím, 0)
 - a. 0
 - b. V bakalářském
 - c. V magisterském
4. Označte, prosím, do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky. (1: zcela souhlasím; 5: zcela nesouhlasím)
 - a. Výjezd do zahraničí mi připadá jako skvělá příležitost
 - b. Výjezd do zahraničí výrazně zlepšil mé budoucí uplatnění na trhu práce
 - c. Výjezd do zahraničí je jedinečná nenahraditelná životní zkušenost
 - d. Na výjezdu do zahraničí mě láká spíše ta neakademická část, tedy poznávání nových míst, kultur, lidí
 - e. Výjezd do zahraničí mi umožní zažít jiné přístupy ke vzdělávání a výzkumu
 - f. Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků a stereotypů
 - g. Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou v životě šťastnější
5. Označte, prosím, do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky. (1: zcela souhlasím; 5: zcela nesouhlasím)
 - a. Výjezd do zahraničí je finančně náročný
 - b. Výjezd do zahraničí je administrativně náročný na zařizování
 - c. Vyjet do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe

- d. Kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma
 - e. Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk
 - f. Zahraniční výjezdy jsou pouze pro extroverty a společenské lidi
 - g. Čas strávený v zahraničí je pomíjivý a všechno, co tam vybuduji, je odsouzeno k zániku (mezilidské vztahy, úspěch při zkouškách,...)
6. Seřad'te, prosím, těchto sedm výroků na základě toho, za jak významnou překážku výjezdu je považujete (od největší překážky po nejmenší).
- a. Výjezd do zahraničí je finančně náročný
 - b. Výjezd do zahraničí je administrativně náročný na zařizování
 - c. Vyjet do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe
 - d. Kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma
 - e. Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk
 - f. Zahraniční výjezdy jsou pouze pro extroverty a společenské lidi
 - g. Čas strávený v zahraničí je pomíjivý a všechno, co tam vybuduji, je odsouzeno k zániku (mezilidské vztahy, úspěch při zkouškách,...)
7. Domníváte se, že je zahraniční výjezd nedílnou součástí studia na vysoké škole, a myslíte si, že by měl být pro studenty semestr v zahraničí povinný?
- a. Ano, je nedílnou součástí a měl by být povinný
 - b. Ano, je nedílnou součástí, ale výjezd by měl být nadále možností volby
 - c. Ne, není nedílnou součástí studia, ale má pozitivní přínos
 - d. Ne, výjezd do zahraničí není nutný ani přínosný
 - e. Nevím, nemám na výjezdy do zahraničí vytvořený názor
8. Myslíte, že máte dostatečné informace o výjezdech do zahraničí nabízených fakultou?
- a. Ano, zcela
 - b. Spíše ano, ale v některých oblastech nemám úplně jasno
 - c. Spíše ne, vím pár základních informací, ale jsem zmatený
 - d. Ne, nemám žádné informace
9. Víte, kde se na fakultě nachází International Office?
- a. Ano
 - b. Ne
10. V jaké koleji byste nejspíš byli ve Škole čar a kouzel v Bradavicích?
(Nedokážete-li se zařadit, zaškrtněte, prosím, 0.)
- a. 0

- b. Havraspár
- c. Mrzimir
- d. Nebelvír
- e. Zmijozel

11. Myslíte si, že spíše čerpáte energii:

- a. Ze svého vnitřního světa, klidu, individuálních činností
- b. Z okolního světa, ze společnosti lidí

12. Při týmové práci:

- a. Je pravděpodobné, že budete hovořit, diskutovat, přicházet s nápady, budete spíše spontánní a nejspíš vás to bude bavit
- b. Je pravděpodobné, že budete spíše tichým článkem skupiny, než něco řeknete, dobře si to promyslíte, raději pracujete sám

13. Pokud se ve vašem plánu vyskytne problém, pravděpodobně:

- a. Budete nadále klidný a smířený se situací, zaujmete postoj, že všechno nějak dopadne
- b. Budete smutný, pesimistický a úzkostlivý, možná začnete pochybovat o smyslu celého plánu
- c. Budete spíše optimistický, pravděpodobně budete na problém nahlížet jako na výzvu, pokusíte se aktivně situaci vyřešit
- d. Budete vyveden z míry, nejspíš se rozčílíte, ale problém budete proaktivně co nejdříve řešit

14. Jste spíše:

- a. Optimista
- b. Pesimista

15. Přebíráte rádi odpovědnost?

- a. Spíše ano, beru to jako příležitost se prosadit
- b. Spíše ne, raději se držím stranou nebo se ztratím v davu

16. Pokud vás něco vyvede z míry:

- a. Netrvá vám dlouho se s tím smířit, pravděpodobně za chvíli vychladnete
- b. Budete naštvaný/smutný delší dobu, nejspíš se se situací budete srovnávat docela dlouho

17. Jste:

- a. Žena
- b. Muž

c. Nebinární

18. Který ročník momentálně studujete?

- a. První (bakalářské studium)
- b. Druhý (bakalářské studium)
- c. Třetí (bakalářské studium)
- d. První (navazující studium)
- e. Druhý (navazující studium)

19. Jaký obor studujete?

- a. Aplikovaná ekonomie (bakalářské studium)
- b. Ekonomika a management (bakalářské studium)
- c. Finance (bakalářské studium)
- d. Informatika v ekonomice (bakalářské studium)
- e. Marketing (bakalářské studium)
- f. Účetnictví a daně (bakalářské studium)
- g. Veřejná ekonomika a správa (bakalářské studium)
- h. Aplikovaná ekonomie (navazující studium)
- i. Ekonomika a management (navazující studium)
- j. Finance a účetnictví (navazující studium)
- k. Informační a znalostní management (navazující studium)
- l. Marketing a obchod (navazující studium)
- m. Veřejná ekonomika a správa (navazující studium)

Příloha 2

Tabulky ke kapitole číslo 5

Otázka číslo 1: Zúčastnili jste se již nějakého zahraničního pobytu v rámci studia na VŠB?

Ano	22	14,67%
Ne, ale uvažuji o tom	58	38,67%
Ne a ani o tom neuvažuji	70	46,67%

Zastoupení ročníků v jednotlivých odpovědích

	Ano	Ne, ale uvažuji o tom	Ne a ani o tom neuvažuji
První ročník (bakalářské studium)	0%	43,10%	17,14%
Druhý ročník (bakalářské studium)	4,55%	22,41%	7,14%
Třetí ročník (bakalářské studium)	9,09%	17,24%	17,14%
První ročník (navazující studium)	13,64%	5,17%	14,29%
Druhý ročník (navazující studium)	72,73%	12,07%	44,29%

Kontingenční tabulka třídění druhého stupně, souvislost se studovaným ročníkem

	Druhý (navazující studium)	První (navazující studium)	Třetí (bakalářské studium)	Druhý (bakalářské studium)	První (bakalářské studium)	Total
Ano	29,63%	18,75%	8,33%	5,26%	0%	12,39%
Ne, ale uvažuji o tom	12,96%	18,75%	41,67%	68,42%	67,57%	41,87%
Ne a ani o tom neuvažuji	57,41%	62,50%	50%	26,32%	32,43%	45,73%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Kontingenční tabulka třídění druhého stupně, souvislost s Eysenckovými kategoriemi

	Flegmatik	Melancholik	Sangvinik	Cholerik	Total
Ano	15%	16%	13%	15%	15%
Uvažuje	41%	36%	47%	32%	39%
Nechce	44%	48%	40%	53%	46%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Average	2,296296	2,32	2,2666667	2,377358	
Average %	35%	34%	37%	31%	
p value	0,87				

Otázka číslo 2: Kolika zahraničních pobytů jste se zúčastnili?

Pouze z respondentů, kteří v otázce číslo 1 odpověděli „ano“

1	17	77,27%
2	4	18,18%
3 a více	1	4,55%

Otázka číslo 3: V jakém studijním programu jste vyjeli do zahraničí poprvé?

Pouze z respondentů, kteří v otázce číslo 1 odpověděli „ano“

V bakalářském	13	59,09%
V magisterském	9	40,91%

Otázka číslo 4: Označte, prosím, do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky.

	zcela souhlasí	spíše souhlasí	neutrální postoj	spíše nesouhlasí	zcela nesouhlasí
Výjezd do zahraničí mi připadá jako skvělá příležitost	66%	25,30%	7,30%	1,30%	0%
Na výjezdu do zahraničí mě láká spíše ta neakademická část, tedy poznávání nových míst, kultur, lidí	47%	34%	12,70%	2,70%	4%
Výjezd do zahraničí je jedinečná nenahraditelná životní zkušenost	50%	27,30%	14%	6%	2,70%
Výjezd do zahraničí mi umožní zažít jiné přístupy ke vzdělávání a výzkumu	31,30%	42,70%	17,30%	7,30%	1,30%
Výjezd do zahraničí výrazně zlepší mé budoucí uplatnění na trhu práce	32,70%	31,30%	26%	8%	2%
Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků a stereotypů	13,30%	20,70%	40,70%	16%	9,30%
Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou v životě šťastnější	5,30%	13,30%	36%	26%	19,30%

Pouze z respondentů, kteří v otázce číslo 1 odpověděli „ano“

	průměr	rozptyl	míra souhlasu
Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků a stereotypů	1,955	1,316	76,13%

	zcela souhlasí	spíše souhlasí	neutrální postoj	spíše nesouhlasí	zcela nesouhlasí
Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků a stereotypů	50%	22,70%	9,10%	18,20%	0%

Kontingenční tabulky třídění druhého stupně, závislost s osobnostním profilem

Výjezd do zahraničí mi umožní zažít jiné přístupy ke vzdělávání a výzkumu

	Optimista	Pesimista	Total
1	41%	16%	28%
2	33%	58%	46%
3	16%	19%	18%
4	10%	4%	7%
5	0%	4%	2%
Total	100%	100%	100%
Average	1,946237	2,210526	
Average %	76%	70%	73%
Fisher exact test	0,001		

	Odpovědnost: ano	Odpovědnost: ne	Total
1	42%	22%	32%
2	40%	45%	43%
3	8%	26%	17%
4	10%	5%	7%
5	0%	3%	1%
Total	100%	100%	100%
Average	1,861111111	2,217948718	
Average %	78%	70%	74%
Fisher exact test	0,005		

	Flegmatik	Melancholik	Sangvinik	Cholerik	Total
1	19%	16%	49%	30%	28%
2	33%	52%	33%	51%	42%
3	33%	24%	9%	13%	20%
4	15%	4%	9%	4%	8%
5	0%	4%	0%	2%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Average	2,444444444	2,28	1,777777778	1,9622642	
Average %	64%	68%	81%	76%	72%
Fisher exact test	0,016				

Výjezd do zahraničí výrazně zlepšil mé budoucí uplatnění na trhu práce

	Odpovědnost: ano	Odpovědnost: ne	Total
1	46%	21%	33%
2	24%	38%	31%
3	21%	31%	26%
4	10%	6%	8%
5	0%	4%	2%
Total	100%	100%	100%
Average	1,944444444	2,346153846	
Average %	76%	66%	71%
p value	0,005		

	Nezařazeno	Havraspár	Mrzimir	Nebelvír	Zmijozel	Total
1	38%	30%	33%	34%	20%	31%
2	29%	30%	33%	34%	27%	31%
3	26%	27%	25%	29%	13%	24%
4	3%	10%	8%	2%	40%	13%
5	3%	3%	0%	2%	0%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Average	2,029411765	2,266666667	2,083333333	2,0338983	2,733333333	
Average %	74%	68%	73%	74%	57%	68%
Fisher exact test	0,1					

Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou v životě šťastnější

	Introvert	Extrovert	Total
1	4%	7%	5%
2	8%	19%	14%
3	35%	38%	36%
4	24%	28%	26%
5	29%	8%	19%
Total	100%	100%	100%
Average	3,679487	3,111111	
Average %	33%	47%	40%
p value	0,009		

Výjezd do zahraničí je jedinečná nenahraditelná životní zkušenost

	Flegmatik	Melancholik	Sangvinik	Cholerik	Total
1	41%	52%	56%	49%	49%
2	41%	12%	20%	34%	27%
3	15%	20%	20%	6%	15%
4	4%	12%	0%	9%	6%
5	0%	4%	4%	2%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Average	1,8148148	2,04	1,7777778	1,8113208	
Average %	80%	74%	81%	80%	78%
Fisher exact test	0,05				

Studenti, kteří strávili část studia v zahraničí, jsou tolerantnější a netvoří si názory na základě předsudků a stereotypů

	Introvert	Extrovert	Total
1	10%	17%	13%
2	21%	21%	21%
3	37%	44%	41%
4	15%	17%	16%
5	17%	1%	9%
Total	100%	100%	100%
Average	3,076923	2,652778	
Average %	48%	59%	53%
p value	0,026		

Třídění druhého stupně podle odpovědi na otázku číslo 1

		Zcela souhlasím	Spíše souhlasím	Neutrální	Spíše nesouhlasím	Zcela nesouhlasím	Average %
Skvělá příležitost	Vyjel	20	2	0	0	0	98%
Fisher exact test	Uvažuje	50	8	0	0	0	97%
0	Nechce	29	28	11	0	2	79%
Uplatnění	Vyjel	13	7	2	0	0	88%
Fisher exact test	Uvažuje	25	22	9	2	0	80%
0	Nechce	11	18	28	10	3	59%
Zkušenost	Vyjel	20	0	1	1	0	94%
Fisher exact test	Uvažuje	35	18	5	0	0	88%
0	Nechce	20	23	15	8	4	67%
Jiné přístupy	Vyjel	14	6	1	1	0	88%
Fisher exact test	Uvažuje	18	30	8	2	0	78%
0,007	Nechce	15	28	17	8	2	66%
Stereotypy	Vyjel	11	5	2	4	0	76%
Fisher exact test	Uvažuje	8	16	26	7	1	60%
0	Nechce	1	10	33	13	13	40%
Šťěstí	Vyjel	2	7	6	6	1	53%
Fisher exact test	Uvažuje	5	8	26	15	4	48%
0	Nechce	1	5	22	18	24	29%

Otázka číslo 5: Označte, prosím, do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky.

	zcela souhlasí	spíše souhlasí	neutrální postoj	spíše nesouhlasí	zcela nesouhlasí
Výjet do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe	40,70%	41,30%	10%	7,30%	0,70%
Výjezd do zahraničí je administrativně náročný na zařizování	30%	41,30%	19,30%	7,30%	2%
Výjezd do zahraničí je finančně náročný	22%	38%	23,30%	14,70%	2%
Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk	12%	28,70%	24%	26,70%	8,70%
Kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma	11,30%	21,30%	24,70%	28,70%	14%
Zahraníční výjezdy jsou pouze pro extroverty a společenské lidi	2,70%	18,70%	22,70%	30%	26%
Čas strávený v zahraničí je pomíjivý a všechno, co tam vybuduji, je odsouzeno k zániku (mezilidské vztahy, úspěch při zkouškách,...)	2,70%	14%	26%	36,70%	20,70%

Pouze z respondentů, kteří v otázce číslo 1 odpověděli „ano“

	průměr	rozptyl	míra souhlasu
Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk	3,591	1,151	35%
Kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma	3,5	0,977	38%

	zcela souhlasí	spíše souhlasí	neutrální postoj	spíše nesouhlasí	zcela nesouhlasí
Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk	0%	22,70%	18,20%	34,60%	22,70%
Kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma	0%	18,20%	31,80%	31,80%	18,20%

Kontingenční tabulky třídění druhého stupně, závislost s osobnostním profilem

Vyjet do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe

	Odpovědnost: ano	Odpovědnost: ne	Total
1	40%	41%	41%
2	38%	45%	41%
3	8%	12%	10%
4	14%	1%	8%
5	0%	1%	1%
Total	100%	100%	100%
Average	1,958333333	1,769230769	
Average %	76%	81%	78%
Fisher exact test	0,027		

Zahraníční výjezdy jsou pouze pro extroverty a společenské lidi

	Introvert	Extrovert	Total
1	5%	0%	3%
2	26%	11%	18%
3	17%	29%	23%
4	26%	35%	30%
5	27%	25%	26%
Total	100%	100%	100%
Average	3,435897	3,736111	
Average %	39%	32%	35%
p value	0,021		

Třídění druhého stupně podle odpovědí na otázku číslo 1

		Zcela souhlasím	Spíše souhlasím	Neutrální	Spíše nesouhlasím	Zcela nesouhlasím	Average %
Ztráta soc.	Vyjel	0	4	7	7	4	38%
p value	Uvažuje	3	17	10	19	9	44%
0,046	Nechce	14	11	20	17	8	52%
Cizí jazyk	Vyjel	0	5	4	8	5	35%
p value	Uvažuje	5	14	20	15	4	50%
0,026	Nechce	13	24	12	17	4	59%
Výhradně	Vyjel	1	0	1	8	12	16%
Fisher exact	Uvažuje	0	9	14	18	17	31%
0,001	Nechce	3	19	19	19	10	45%
Pomíjivost	Vyjel	2	2	4	6	10	29%
Fisher exact	Uvažuje	0	8	15	18	17	31%
0,001	Nechce	4	11	20	31	4	43%

Otázka číslo 6: Seřad'te, prosím, těchto sedm výroků na základě toho, za jak významnou překážku výjezdu je považujete (od největší překážky po nejmenší).

	1	2	3	4	5	6	7
Výjezd do zahraničí je finančně náročný	37,30%	24%	11,30%	9,30%	6%	4%	8%
Výjezd do zahraničí je administrativně náročný na zařizování	14%	30,70%	21,30%	12%	9,30%	8,70%	4%
Výjezd do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe	12%	15,30%	28,70%	16,70%	14,70%	8%	4,70%
Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk	8,70%	11,30%	16,70%	19,30%	19,30%	16%	8,70%
Kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma	16,70%	9,30%	11,30%	11,30%	15,30%	20%	16%
Zahraniční výjezdy jsou pouze pro extroverty a společenské lidi	4,70%	4,70%	4,70%	20%	22%	27,30%	16,70%
Čas strávený v zahraničí je pomíjivý a všechno, co tam vybuduji, je odsouzeno k zániku (mezilidské vztahy, úspěch při zkouškách,...)	6,70%	4,70%	6%	11,30%	13,30%	16%	42%

Pouze z respondentů, kteří v otázce číslo 1 odpověděli „ano“

	průměrné pořadí	rozptyl	Významnost bariéry v %
Výjezd do zahraničí je finančně náročný	2,227	2,267	80%
Výjezd do zahraničí je administrativně náročný na zařizování	2,818	2,421	70%
Vyjet do zahraničí znamená, že budu odkázán sám na sebe	3,818	2,694	53%
Kvůli výjezdu do zahraničí bych mohl ztratit přátele/lásku doma	4,182	3,512	47%
Pro výjezd do zahraničí je nutné umět perfektně cizí jazyk	4,273	1,471	45%
Zahraníční výjezdy jsou pouze pro extroverty a společenské lidi	4,909	3,355	35%
Čas strávený v zahraničí je pomíjivý a všechno, co tam vybudují, je odsouzeno k zániku (mezilidské vztahy, úspěch při zkouškách,...)	5,773	3,63	20%

Otázka číslo 7: Domníváte se, že je zahraniční výjezd nedílnou součástí studia na vysoké škole, a myslíte si, že by měl být pro studenty semestr v zahraničí povinný?

Ano, je nedílnou součástí a měl by být povinný	8	5,33%
Ano, je nedílnou součástí, ale výjezd by měl být nadále možností volby	40	26,67%
Ne, není nedílnou součástí studia, ale má pozitivní přínos	96	64%
Ne, výjezd do zahraničí není nutný ani přínosný	5	3,33%
Nevím, nemám na výjezdy do zahraničí vytvořený názor	1	0,67%

Kontingenční tabulky třídění druhého stupně, závislost s osobnostním profilem

	Optimista	Pesimista	Total
1	6%	4%	5%
2	28%	25%	26%
3	65%	63%	64%
4	0%	9%	4%
5	1%	0%	1%
Total	100%	100%	100%
Average	2,612903	2,77193	
Average %	60%	56%	58%
Fisher exact test	0,041		

	Introvert	Extrovert	Total
1	5%	6%	5%
2	19%	35%	27%
3	69%	58%	64%
4	6%	0%	3%
5	0%	1%	1%
Total	100%	100%	100%
Average	2,769231	2,5694444	
Average %	56%	61%	
Fisher exact test	0,03		

Otázka číslo 8: Myslíte, že máte dostatečné informace o výjezdech do zahraničí nabízených fakultou?

Ano, zcela	37	24,67%
Spíše ano, ale v některých oblastech nemám úplně jasno	76	50,67%
Spíše ne, vím, pár základních informací, ale jsem zmatený	33	22%
Ne, nemám žádné informace	4	2,67%

Otázka číslo 9: Víte, kde se na fakultě nachází International Office?

Ano	89	59,33%
Ne	61	40,67%

Kontingenční tabulka třídění druhého stupně, souvislost se studovaným ročníkem

	Druhý (navazující studium)	První (navazující studium)	Třetí (bakalářské studium)	Druhý (bakalářské studium)	První (bakalářské studium)	Total
Ano	5,40%	68,40%	75%	75%	81,50%	61,06%
Ne	94,60%	31,60%	25%	25%	18,50%	38,94%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Otázka číslo 10: V jaké koleji byste nejspíš byli ve Škole čar a kouzel v Bradavicích?

Nezařazeno	34	22,67%
Havraspár	30	20%
Mrzimor	12	8%
Nebelvír	59	39,33%
Zmijozel	15	10%

Otázka číslo 11: Myslíte si, že spíše čerpáte energii:

Ze svého vnitřního světa, klidu, individuálních činností	78	52%
Z okolního světa, ze společnosti lidí	72	48%

Kontingenční tabulka třídění druhého stupně, vztah s otázkou číslo 12

	Ze svého vnitřního světa, klidu, individuálních činností	Z okolního světa, ze společnosti lidí	Total
Je pravděpodobné, že budete hovořit, diskutovat, přicházet s nápady, budete spíše spontánní a nejspíš vás to bude bavit	39%	73,60%	56%
Je pravděpodobné, že budete spíše tichým článkem skupiny, než něco řeknete, dobře si to promyslete, raději pracujete sám	61,50%	26,40%	44%
Total	100%	100%	100%

Chi-square test, závislost mezi otázkami číslo 11 a 12.

	Ze svého vnitřního světa, klidu, individuálních činností		Z okolního světa, ze společnosti lidí	
	observed	expected	observed	expected
Je pravděpodobné, že budete hovořit, diskutovat, přicházet s nápady, budete spíše spontánní a nejspíš vás to bude bavit	30	43,2	53	39,8
Je pravděpodobné, že budete spíše tichým článkem skupiny, než něco řeknete, dobře si to promyslete, raději pracujete sám	48	34,8	19	32,2
p value	0,002641024		0,001755523	
test stat	9,040229885		9,789069571	

Otázka číslo 12: Při týmové práci:

Je pravděpodobné, že budete spíše tichým článkem skupiny, než něco řeknete, dobře si to promyslete, raději pracujete sám	67	44,67%
Je pravděpodobné, že budete hovořit, diskutovat, přicházet s nápady, budete spíše spontánní a nejspíš vás to bude bavit	83	55,33%

Otázka číslo 13: Pokud se ve vašem plánu vyskytne problém, pravděpodobně:

Budete vyveden z míry, nejspíš se rozčílíte, ale problém budete proaktivně co nejdříve řešit	53	35,33%
Budete spíše optimistický, pravděpodobně budete na problém nahlížet jako na výzvu, pokusíte se aktivně situaci vyřešit	45	30%
Budete nadále klidný a smířený se situací, zaujmete postoj, že všechno nějak dopadne	27	18%
Budete smutný, pesimistický a úzkostlivý, možná začnete pochybovat o smyslu celého plánu	25	16,67%

Kontingenční tabulka třídění druhého stupně, vztah s otázkou číslo 16

	Budete nadále klidný a smířený se situací, zaujmete postoj, že všechno nějak dopadne	Budete smutný, pesimistický a úzkostlivý, možná začnete pochybovat o smyslu celého plánu	Budete spíše optimistický, pravděpodobně budete na problém nahlížet jako na výzvu, pokusíte se aktivně situaci vyřešit	Budete vyveden z míry, nejspíš se rozčílíte, ale problém budete proaktivně co nejdříve řešit	Total
Netrvá vám dlouho se s tím smířit, pravděpodobně za chvíli vychladnete	85,20%	28%	84,40%	56,60%	63,55%
Budete našťvaný/smutný delší dobu, nejspíš se se situací budete srovnávat docela dlouho	14,80%	72%	15,60%	43,40%	36,45%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Chi-square test, závislost mezi otázkami číslo 13 a 16

	Flegmatik		Melancholik		Sangvinik		Cholerik	
	observed	exp	observed	exp	observed	exp	observed	exp
Netrvá vám dlouho se s tím smířit, pravděpodobně za chvíli vychladnete	23	17,6	7	16,3	38	29,4	30	34,6
Budete našťvaný/smutný delší dobu, nejspíš se se situací budete srovnávat docela dlouho	4	9,4	18	8,7	7	15,6	23	18,4
p value	0,0291464		9,4301E-05		0,007064		0,18443	
test stat	4,7589458		15,2475143		7,256672		1,761561	

Kontingenční tabulka třídění druhého stupně, vztah s otázkou číslo 12

	Budete nadále klidný a smířený se situací, zaujmete postoj, že všechno nějak dopadne	Budete smutný, pesimistický a úzkostlivý, možná začnete pochybovat o smyslu celého plánu	Budete spíše optimistický, pravděpodobně budete na problém nahlížet jako na výzvu, pokusíte se aktivně situaci vyřešit	Budete vyveden z míry, nejspíš se rozčílíte, ale problém budete proaktivně co nejdříve řešit	Total
Extroverze	44,40%	8%	77,80%	64,20%	48,60%
Introverze	55,60%	92%	22,20%	35,80%	51,40%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Chi-square test, závislost mezi otázkami číslo 13 a 12

	Flegmatik		Melancholik		Sangvinik		Cholerik	
	observed	exp	observed	exp	observed	exp	observed	exp
Extroverze	12	14,9	2	13,8	35	24,9	34	29,3
Introverze	15	12,1	23	11,2	10	20,1	19	23,7
p value	0,2617513		2,0775E-06		0,002458		0,19413	
test stat	1,2594709		22,5219979		9,171912		1,685992	

Otázka číslo 14: Jste spíše:

Optimista	93	62%
Pesimista	57	38%

Otázka číslo 15: Přebíráte rádi odpovědnost?

Spíš ano, беру to jako příležitost se prosadit	72	48%
Spíše ne, raději se držím stranou nebo se ztratím v davu	78	52%

Otázka číslo 16: Pokud vás něco vyvede z míry:

Netrvá vám dlouho se s tím smířit, pravděpodobně za chvíli vychladnete	98	65,33%
Budete naštvaný/smutný delší dobu, nejspíš se se situací budete srovnávat docela dlouho	52	34,67%