

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Fakulta ekonomická
Katedra obchodu a cestovního ruchu

INCENTIVNÍ CESTOVNÍ RUCH V SEGMENTU MLÁDEŽE

Diplomová práce

Autor: Bc. Jana Vašková, obchodní podnikání,
cestovní ruch

Vedoucí práce: doc. JUDr. Ludmila NOVÁČKÁ, CSc.

České Budějovice 2008

Jméno a příjmení autora: Jana Vašková

Název diplomové práce: Incentivní cestovní ruch v segmentu mládeže

Pracoviště: Katedra obchodu a cestovního ruchu České Budějovice

Vedoucí práce: doc. JUDr. Ludmila NOVACKÁ, CSc.

Rok obhajoby diplomové práce: 2008

Abstrakt:

Předkládaná práce se zabývá problematikou incentivního cestovního ruchu. Nejprve je věnována pozornost obecnému teoretickému vymezení incentivního cestovního ruchu a následně je problematika aplikována na segment mládeže. Pro zvolený segment je práce hlouběji zacílena na specifickou oblast incentivního cestovního ruchu – motivační cestovní ruch. Pro konkrétní skupinu produktů motivačního cestovního ruchu jsou popsány hlavní činitele vstupující do motivačního procesu. Celá oblast motivačního cestovního ruchu je zacílena na české prostředí. Součástí práce byla příprava a realizace konkrétního produktu – vstupního adaptačního kursu. Teoretické poznatky jsou doloženy praktickými studii: vyhodnocení kvantitativního a kvalitativního výzkumu a zpracování případových studií konkrétních produktů.

Klíčová slova: incentivní cestovní ruch, motivační cestovní ruch, zážitková pedagogika, mládež, adaptační kurs.

Author's first name and surname: Jana Vašková

Title of the master thesis: Incentive tourism within framework of youth segment

Department: Department of Trade and Tourism

Supervisor: doc. JUDr. Ludmila NOVACKÁ, CSc.

The year of presentation: 2008

Abstract:

The presented master thesis focuses on incentive tourism. The thesis presents general definition and theoretical base for incentive tourism, and subsequently the issue is applied to the selected segment – the youth. Dealing with the youth segment, the thesis focuses mainly on a specific area of incentive tourism, motivational tourism. The main input factors of motivational process are described for a particular group of motivational tourism products. The research in the field of motivational tourism carried out in the thesis is fully located in Czech environment. Planning and implementation of particular product – entering adaptation course – is one of the components of the presented master thesis. The theoretical findings are supported by two field studies: evaluation of both quantitative and qualitative research and elaboration of case studies for the specific products.

Keywords: incentive tourism, motivational tourism, experiential education, youth, adaptation course.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Incentivní cestovní ruch v segmentu mládeže zpracovala samostatně, uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Táboře dne 28. dubna 2008

.....

*Zkušenost není to, co se vám stane.
Zkušenost je to, jak naložíte s tím, co se vám stalo.*

Aldous Huxley

*Kdo pracuje s láskou,
ten do veškeré práce vnáší poezii.*

Černyševskij

Děkuji doc. JUDr. Ľudmile Novacké, CSc. za odborné vedení, podnětné rady a připomínky. Dále děkuji „všem, kteří do veškeré práce vnáší poezii“ za poskytnutí příležitosti a Ing. Marku Moudrému za umožnění realizace kursu MOOS 2007.

V Táboře dne 28. dubna 2008

.....

Obsah

1 Úvod	12
1.1 Hlavní cíle práce	14
1.2 Použitá terminologie a zkratky	15
2 Literární přehled	17
2.1 Pojem incentiva	17
2.2 Incentivní cestovní ruch	18
2.2.1 Motivační cestovní ruch - součást incentivního cestovního ruchu	21
2.3 Segment mládeže	21
2.3.1 Cestovní ruch mládeže	22
2.3.2 Incentivní cestovní ruch v segmentu mládeže	23
2.3.2.1 Motivační cestovní ruch v segmentu mládeže	25
2.3.2.2 České kontexty motivačního cestovního ruchu	27
2.4 Motivační proces	28
2.4.1 Zadavatel	28
2.4.2 Účastník	30
2.4.2.1 Přínos pro účastníka	30
2.4.3 Organizátor	31
2.4.4 Realizátor, realizační tým	32
2.4.5 Finance	33
2.4.6 Služby	34
2.4.7 Prostředí	35
2.4.8 Metoda, program a prostředky	35
2.4.9 Bezpečnost	36
2.5 Schéma přípravy a realizace motivačního programu – adaptačního kursu	37
3 Použitá metodika	40
3.1 Hypotézy práce	42
4 Vlastní práce	44
4.1 Případová studie – Management adaptačního kursu MOOS 2007	44
4.1.1 Přípravná fáze	44
4.1.1.1 Realizační tým	45
4.1.1.2 Služby	45

4.1.1.3 Středisko	46
4.1.1.4 Komunikace	46
4.1.1.5 Scénář a naplánování zdrojů	47
4.1.2 Realizace	47
4.1.2.1 Scénář	47
4.1.3 Vyhodnocení kursu a výstupy z kursu	50
4.1.3.1 Cíle kurzu	50
4.1.3.2 Sociogram	51
4.1.3.3 Vzniklé komplikace a jejich řešení	53
4.1.3.4 Zajištění služeb a vyúčtování akce – příjmy a náklady kursu GO!	54
4.1.3.5 Výstupy z kursu MOOS 2007	55
4.1.3.6 Prezentace kursu MOOS 2007 na burze škol	55
4.2 Případová studie – Management adaptačního kursu GO! 2005	56
4.2.1 Přípravná fáze	56
4.2.1.1 Realizační tým	57
4.2.1.2 Služby	57
4.2.1.3 Středisko	58
4.2.1.4 Komunikace	58
4.2.1.5 Scénář a naplánování zdrojů	59
4.2.2 Realizace	59
4.2.2.1 Scénář	59
4.2.3 Vyhodnocení kursu a výstupy z kursu	61
4.2.3.1 Cíle kurzu	61
4.2.3.2 Sociogram	62
4.2.3.3 Vzniklé komplikace a jejich řešení	63
4.2.3.4 Zajištění služeb a vyúčtování akce – příjmy a náklady kursu GO!	64
4.2.3.5 Výstupy z kursu GO!	64
4.2.3.6 Prezentace kursu GO! na Biskupském gymnáziu	65
4.2.3.7 Prezentace kursů o.s. Hnutí GO! a spolupracujících škol	65
4.3 Orientační srovnání kursu GO! 2005 a MOOS 2007	66
4.4 Vlastní výzkum	67
4.4.1 Cíle výzkumu	67
4.4.1.1 Hypotézy	67
4.4.1.2 Charakteristika respondentů	68

4.4.2 Naplnění cílů konkrétního produktu incentivního cestovního ruchu – adaptačního kursu	68
4.4.3 Naplnění podstaty incentivního cestovního ruchu	73
4.4.4 Přínos zážitkově pedagogických programů a adaptačních kursů	80
4.4.5 Odezva ze strany zadavatele	83
4.4.6 Vnímání aktivit ze strany respondentů	84
4.4.7 Spokojenost se službami kursu MOOS 2007	84
4.4.8 Závěr vlastního výzkumu	87
5 Závěr	91
5.1 Summary	93
6 Použitá literatura	94
7 Seznam obrázků, tabulek a grafů	102
8 Seznam příloh	105
9 Přílohy	106

1 Úvod

Cestovní ruch představuje státní sílcí světové odvětví. V rámci tohoto odvětví zaznamenává v současné době dynamický rozvoj zejména kongresový a incentivní cestovní ruch. Nejinak tomu je i v České republice, kde jsou do těchto forem cestovního ruchu vkládány velké naděje (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008). České republice se nabízí jedinečná příležitost uplatnit se na trhu cestovního ruchu nabídkou nově pojatých produktů, kterým incentivní cestovní ruch bezesporu je. Přesto má oblast incentivního cestovního ruchu nejen v České republice ještě dostatek nevyřešených otázek. Jelínek a kolektiv (2008) uvádí, že incentivní cestovní ruch je jednou z nejméně prozkoumaných oblastí cestovního ruchu.

Jednou ze specifických součástí incentivního cestovního ruchu je motivační cestovní ruch, který představuje strategický nástroj určený na vytvoření vztahů příznivých pro úspěch podniku (Mlynková, 1997). Služby a nabídky motivačního cestovního ruchu pro firmy a organizace nejsou již ničím výjimečným a internetové stránky nabízí nespočet odkazů s touto tematikou. Teamspirit, teambuilding, kurzy osobnostního rozvoje, kurzy rozvoje týmové spolupráce a jiné speciálně zaměřené kurzy založené na přístupu zážitkové pedagogiky a zkušenostního učení se stále častěji stávají nástrojem rozvoje pracovníků ve firmách a organizacích. Potenciál „českých“ metod používaných v motivačním cestovním ruchu je světově specifický. Prolnutí dlouholetých zkušeností z různých směrů budovaných v izolaci, nových poznatků z oblasti práce s mládeží (Hnutí GO!) a současně i v poslední době průnik zahraničních vlivů, představuje množství různých ingrediencí, ze kterých lze vytvořit obzvláště pestrý koktejl motivačního cestovního ruchu.

V práci se snažím formulovat podstatu incentivního cestovního ruchu tak, aby nemohl být zaměňován s jinými formami a produkty cestovního ruchu. Dále se v práci snažím hlouběji postihnout motivační cestovní ruch, který aplikuji na segment mládeže, protože nejen pro firmy a organizace nabízí tato forma cestovního ruchu mnohé možnosti a využití.

Doposud nikdo se touto problematikou v segmentu mládeže nezabýval z hlediska cestovního ruchu komplexně, dlouhodobě a cíleně. Přestože mládež a organizace pracující s dětmi a mládeží spadají pod Ministerstvo mládeže a tělovýchovy, nemělo by odvětví cestovního ruchu zůstat v ústraní. Rostoucí snaha školských zařízení efektivněji

působit na mládež či vytvořit konkurenční výhodu vede k sílícímu zájmu ze strany škol, přičemž neziskové organizace pracující s dětmi a mládeží díky svým omezeným kapacitám nedokáží tuto poptávku uspokojit. Mládež je obecně specifický a problematický segment, kterému je třeba stále více věnovat pozornost, řízená výchova zážitkem, zkušenostním učením a motivací ve formě motivačního cestovního ruchu je jednou z možností.

Toto téma jsem si vybrala na základě vlastních zkušeností prací s mládeží na kursech GO! a obdobných kursech (seznamovací, adaptační). Celkovým důvodem k vytvoření této práce byla chuť propojit praktické zkušenosti s teoretickým zázemím, vzhledem ke studiu cestovního ruchu.

Práce může posloužit jako první krok k vnímání mládeže jako specifického segmentu incentivního cestovního ruchu.

Současně ale nechci prací zlehčovat problematiku práce s mládeží. Dynamika šíření informací v globalizovaném světě a dynamika změn ve společnosti, jenž předbíhají zkušenosti, vyúsťují ve zvýšenou poptávku a současně i nabídku incentivního cestovního ruchu. Masovost a „amatérismus“ ohrožují vnímání a rozvoj incentivního cestovního ruchu po všech směrech. Zejména v segmentu mládeže se jedná o velké riziko, vzhledem k problematické životní etapě tohoto segmentu.

1.1 Hlavní cíle práce

Cíl 1: Vymežit incentivní cestovní ruch.

- Popsat incentivní cestovní ruch obecně.
- Vyspecifikovat motivační cestovní ruch jako součást incentivního cestovního ruchu.

Cíl 2: Vymežit incentivní cestovní ruch v segmentu mládeže.

- Implementovat poznatky incentivního cestovního ruchu na segment mládeže.
- Blíže vystihnout motivační cestovní ruch v segmentu mládeže pro konkrétní produkty – vstupní adaptační kurs.
 - Charakterizovat cíle adaptačních kursů a popsat hlavní činitele vstupující do motivačního procesu.

Cíl 3: Analyzovat stav problematiky v České republice.

Cíl 4: Uplatnění produktu motivačního cestovního ruchu na vybrané střední škole.

- Vymyslet a zrealizovat vstupní adaptační kurs.
- Popsat management přípravy, realizace a výstupů konkrétního kursu.
- Nastínit pohled na kurs ze strany účastníků.

1.2 Použitá terminologie a zkratky

ICR: Incentivní cestovní ruch

KIT: Kongresový a incentivní turismus

MICE: Mezinárodně používaný výraz pro kongresový a incentivní cestovní ruch (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions)

SITE: Society of Incentive and Travel Executives, celosvětová organizace zaměřené na implementaci podnikatelských a motivačních strategií, jejichž hlavní složkou je cestovní ruch.

IAPCO: International Association of Professional Congress

PŠL: Prázdninová škola Lipnice (Příloha 3)

OWB – ČC: Outward Bound – Česká cesta (Příloha 4)

ČÚV SSM: Československý ústřední výbor socialistického svazu mládeže

MOOS: Meeting Out Of School (Příloha 14)

Cestovní ruch: Aktivita osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí na přechodnou dobu, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. Zároveň je účast na cestovním ruchu podmíněna některou z motivací účasti (rekreace, poznávání, vzdělávání, péče o zdraví apod.) (Gúčík a kol., 2004).

Stimulace: Podněcování, povzbuzování jedince, popř. kolektivu, k vyššímu výkonu (viz podnět) (Kolektiv autorů, 1997).

Podnět: Podněty ovlivňují chování jedince tím, že uvolňují spouštěč, který u něho vyvolává jako odpověď příslušnou reakci (Kolektiv autorů, 1997).

Motivace: Souhrn vnitřních i vnějších faktorů, které: 1. vzbuzují, aktivitu, dodávají energii lidskému jednání a prožívání; 2. zaměřují toto jednání a prožívání určitým směrem; 3. řídí jeho průběh, způsob dosahování výsledků; 4. určují ráz a intenzitu chování a jednání jedince (Kolektiv autorů, 1997) (Průcha a kol., 2003).

Aktivita: 1. Obecné pojmenování dílčích částí programu (tj. souvislý blok, hra či jiný základní prvek programu); 2. Činnost či skupina činností, při nichž musí člověk projevit vyšší úroveň iniciativy, samostatnosti, musí vynaložit větší úsilí, postupovat energičtěji, být celkově výkonnější a efektivnější (Průcha a kol., 2003).

Program: 1. Označuje plán, podle kterého se řídí průběh určité činnosti. Popisuje jednotlivé části, ze kterých se celek skládá (v jakém čase, na jakém místě mají

proběhnout) (Wikipedia, 2008 e) (použití: program kursu). 2. Obecné označení pro ucelený soubor aktivit, nemající rozdíl od kursu jen charakter vzdělávací či rozvojový (použití: incentivní program).

Kurs: Ucelený soubor aktivit s celkovým zářmováním a specifickými cíly, který má charakter vzdělávání či rozvíjení určitých schopností a dovedností jedince či skupiny (použití: adaptační kurs).

Akce: Hovorový výraz pro ucelený soubor aktivit s celkovým zářmováním.

(Vstupní) adaptační kurs = seznamovací kurs = kurs GO!: použití termínu se liší dle organizace, která kurs připravuje, z obsahového hlediska nejsou mezi termíny rozdíly.

2 Literární přehled

2.1 Pojem incentiva

Výraz „incentiva“ má kořeny v latinském jazyce. Dle různé literatury je výraz „incentiva“ odvozen od slova „incendo“ – zapálit, spálit, osvětlovat, ozařovat, přeneseně – rozpálit, roznítit, vznítit (o vášních) (Pražák, Novotný, Sedláček, 1955); „incito“ – pobídnout; „incentivus“ – provokativní, podnětný (Nicholas, 1998); „incendere“ – zapálit, podnítit, nadchnout (Jelínek a kolektiv, 2008).

Vlivy latinského jazyka jsou zřetelné i v jazyce italském: „incendiare“ – založit požár, zapálit, přeneseně – vzplát, „incentivare“ – podnítit, popudit, povzbudit, „incitare“ – podnítit, (Rosendorfský, 2000); francouzském: „incendier“ – zapalovat, zapálit, rozpalovat, pobuřovat, rozněcovat, roznítit, podněcovat, podnítit (Lyer, 1991), „inciter“ – podněcovat, dráždit, nabádat (Kolektiv autorů, 1998); a anglickém.

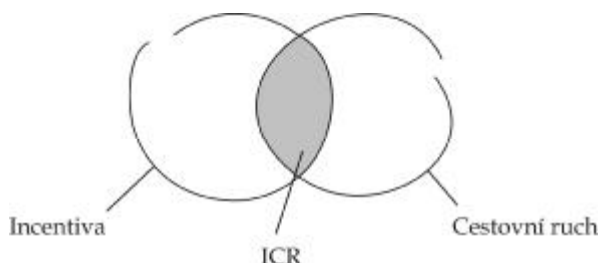
Pojem „incentive“ je z anglického jazyka překládán jako stimul, pobídka, popud, podnět; rozněcující, dráždivý (Fronek, 1999); jako podnět, který povzbuzuje k lepší práci (Collin, 1999).

Na výše zmíněných příkladech jsou patrné dvě různé větve původu slova: 1. incendere (lat.) – incendo (lat.) – incendiare (it.) – incendier (fr.); 2. incito (lat.) – incentivus (lat.) – incentivare (lat.) – incitare (it.) – inciter (fr.). Význam první větve směřuje k významu „zapálit“, později i přeneseně „roznítit“ (o vášních). Druhá větev je překládána jako „podnítit“. Z nalezených cizojazyčných slov lze usuzovat, že obě větve k sobě mají blízko (společné je pro obě „zapálení, roznícení“ – 1. ohně, 2. vztahu).

Incentivy jsou v podstatě vnější popudy (opak pudu, tj. incentivy získáváme v průběhu života prostřednictvím naší kultury) – vnější motivující vlastnosti věcí a jevů, které se incentivou stávají jen ve vztahu k aktuální nebo trvalé motivaci, tj. vyvolávají nebo zesilují již stávající motivaci, čímž navozují vůli k činnosti a tím uspokojení potřeby (např. jídlo se stává incentivou jen pro hladovějícího nebo právě apetit vykazujícího jedince, nahodilý vjem může probudit odpočívající motiv uspokojení hladu) (Kolektiv autorů, 2000) (Kolektiv autorů, 2003) (Hartl, 1993, 77) (CoJeCo, 2008). Pojem incentiva se používá zejména v oblasti managementu a v personalistice, obecněji se jedná o jakýkoliv pobídkový systém či faktor (finanční či nefinanční), který skrze motivaci

ovlivňuje výsledky aktivity (odměna ► motivace ► aktivita) (Průcha a kol. 2003, 82) (Wikipedia, 2008 b).

2.2 Incentivní cestovní ruch



Obrázek 1. Incentivní cestovní ruch (Zdroj: autorka)

Incentivní cestovní ruch je odborníky také nazýván jako pobídkový, motivační nebo stimulační cestovní ruch (Drobná, Morávková, 2004, 130) (Čech, 1998, 26) (Pásková, Zelenka, 2002, 116) (Indrová a kol., 2004, 21) (Malá, 1999, 20) (Mlynková, 1997) (Čertík a kol., 2001, 226 – 227) (Sysel, 2003 b).

Indrová a kolektiv (2004, 22), Malá (1999, 20) a Pásková a Zelenka (2002, 298) se shodují, že v praxi zažitým, ale nepřesným označením je pojem incentivní turistika. Tento výraz hojně užíván i v odborných publikacích (např. C.O.T., 1999, č.5; Ekonom, 2000, č.10), přestože samotný pojem turistika představuje druh cestovního ruchu, pro který je typický bezprostřední pobyt a pohyb v přírodním prostředí a zpravidla je turistika spojená s jednoduchými formami ubytování a stravování (Čech, 1998, 56) (Pásková, Zelenka, 2002, 298). V anglickém jazyce je pojem znám jako incentive travel/tourism.

Incentivní cestovní ruch je forma cestovního ruchu a současně i nástroj moderního managementu (Drobná, Morávková, 2004, 130) (Pásková, Zelenka, 2002, 116) (Jelínek a kol., 2008) a personální práce (Průcha, Walterová, Mareš, 1995), jež od 90. let zažívá enormní znovuzrození (Wikipedia, 2008 c) a postupně se dostává do popředí zájmu personalistů a ředitelů firem (Hocek, 2008).

Ulrych (2005 a) konstatuje, že incentivní i kongresový cestovního ruchu představují v současnosti, díky flexibilitě a potenciálu využití, dynamicky se rozvíjející oblasti v rámci odvětví cestovního ruchu. Tyto formy cestovního ruchu zaznamenávají v České republice významný růst zájmu. Dynamický rozvoj potvrzuje založení samostatného odboru „kongresové a incentivní turistiky“ (KIT) v agentuře CzechTourism počátkem roku 2003. Odbor se systematicky a komplexně zabývá daným odvětvím cestovního

ruchu (CzechTourism, 2004). Současně Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013 (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008) uvádí incentivní a kongresový cestovní ruch jako jednu z hlavních priorit.

Na druhou stranu dynamický rozvoj tohoto odvětví cestovního ruchu zapříčiňuje nejednotnost a nejasnost v teoretickém vymezení a klasifikaci incentivního cestovního ruchu. „V tuzemských poměrech se tak pod pojmem incentiva schovává kdeco, často je těžké odlišit incentivní cestovní ruch od běžného zájezdu“ (Ulrych, 2005 b). Jelínek a kolektiv (2008) uvádí, že incentivní cestovní ruchu je jednou z nejméně prozkoumaných oblastí a míru tajemství obklopující tuto složku osvětluje nedostatek výzkumů.

Nepříznivý je i fakt, že incentivní cestovní ruch je nejčastěji pojímán jen jako doplněk kongresového cestovního ruchu a nikoliv jako samostatná forma cestovního ruchu (např. C.O.T., 1999; Nejd, Mourek, 2000).

Roztříštěnost existuje v názorech na klasifikaci incentivního cestovního ruchu. Nováková (Kolektiv autorů, 2001) řadí kongresový cestovní ruch spolu s exkurzemi a odbornými tematickými zájezdy do širší oblasti incentivního cestovního ruchu. Naopak Oriška (1999) ve své publikaci popisuje incentivní cestovní ruch jako zvláštní prvek trhu kongresového cestovního ruchu. Sysel (2003 a) (členění dle IAPCO - International Association of Professional Congress) se zmiňuje o širším pojmu – kongresový průmyslu (meeting industry), do kterého zahrnuje organizování kongresů, konferencí, seminářů, výstav a veletrhů, ale též incentivní cestovní ruch. Indrová a kolektiv (2004, 21) a Malá (1999, 20) uvádí, že „incentivní cestovní ruch bývá rovněž zahrnován do profesně orientovaného cestovního ruchu (i když zařazení sem není zcela jednoznačné)“. Němčanský (1999, 345) zařazuje incentivní cestovní ruch do segmentu „turistiky na služební cesty“ (business travel).

V anglickém jazyce je užíván název MICE (meetings, incentive, conventions and expositions), který všeobecně zahrnuje oblast cestovního ruchu na služební cesty vedle kongresového a incentivního cestovního ruchu i různá symposia a zasedání stejně jako oblast výstav a veletrhů (Sysel, 2003 a).

„Incentivní cestovní ruch je nástroj managementu, který využívá neobyčejného zážitku, aby motivoval a/nebo rozpoznal účastníky, a tak zvýšil úroveň výkonnosti ve prospěch organizace.“ (SITE, 2006). Má-li být výstupem incentivního cestovního ruchu změna výkonu, je třeba uvědomit si pro potřeby incentivního cestovního ruchu zjednodušenou rovnici: výkon = schopnost x motivovanost (Wikipedia, 2008 c).

Němčanský (1999, 277) popisuje inovace v cestovním ruchu, tj. nové trendy v incentivním cestovním ruchu jako kombinaci zážitku a poučení.

Novacká (Kolektiv autorů, 2001, 228) uvádí, že „incentivní cestovní ruch se orientuje na uspokojení potřeb účastníka cestovního ruchu po dalším poznání, vzdělání nebo, získání nových zkušeností, schopností či zručností. V menším rozsahu se účastníci incentivního cestovního ruchu orientují jen na regeneraci fyzických nebo duševních sil bez motivu (uvedeného v předešlé větě).“

Indrová a kolektiv (2004, 21), Malá (1999, 20), Čech (1998, 26), Drobná a Morávková (2004, 130) uvádí, že incentivní cestovní ruch může mít náplň poznávací a rekreační (např. dovolená pro nejlepší pracovníky) nebo náplň částečně pracovní a vzdělávací pro okruh speciálně orientovaných lidí. Do částečně pracovního pobytu výše zmínění autoři spolu s Novackou (Kolektiv autorů, 2001, 228) zahrnují: odborné semináře, přednášky, školicí programy, manažerské hry, odborné exkurze, odborné tématické zájezdy a zahraniční praxe.

Němčanský (1999, 278) detailněji rozděluje incentivní cestovní ruch na jednotlivé varianty dle náplně, které se však mohou překrývat:

- s poznávacím, rekreačním, relaxačním programem
- s integrovanými prvky dalšího vzdělávání
- přispívající k rozvoji osobnosti a mezilidských vztahů
- se sociálním nebo ekologickým zaměřením
- s kulturním programem (podnikové výlety, oddychové cesty)
- se sportovním, outdoorovým či adrenalinovým programem
- se zábavním programem

Sysel (2003), Kolektiv autorů (2001) a SITE (2006) popisují znaky odlišnosti incentivních programů od standardních akcí:

- Jasně stanovený cíl, záměr
- Prospěch pro organizaci (zadavatele)
- Uzavřená a předem známá skupina účastníků
- Hierarchické struktury ve skupině účastníků
- Individuální příprava programu na míru
- Kvalita a komplexnost služeb

- Atypické a nadstandardní prvky v programu
- Poznání, vzdělání, získání nových zkušeností, schopností či zručností
- Motivace a/nebo nalezení těch, u kterých lze zvýšit ztotožnění s zadavatelem
- Zážitek

2.2.1 Motivační cestovní ruch jako specifická součást incentivního cestovního ruchu

Mlynková (1997) dělí a přesněji definuje incentivní cestovní ruch následovně: „**stimulační** cestovní ruch je považován za taktický nástroj (odměna za dosažené výsledky), **motivační** cestovní ruch je strategickým nástrojem (určený na vytvoření vztahů příznivých pro úspěch podniku)“. V praxi se dá říct, že neexistuje přesná hranice mezi stimulačním a motivačním cestovním ruchem, převaha či volba jednoho nástroje je ovlivněna cíli konkrétního programu, kursu, zájezdu. V oblasti motivačního cestovního ruchu získává oblibu dle Němčanského (1999, 277) kombinace s dalším vzděláváním, a to také z důvodu rozvoje osobnosti. Budoucnost efektivního incentivního cestovního ruchu vidí autor v kombinaci poučení a zážitků.

2.3 Segment mládeže

„Mládež je sociální skupina lidí ve věku 15 – 25, která už není dětmi, ale společnost jim ještě nepřiznala roli dospělých. Má svůj charakteristický způsob chování a myšlení, jiný systém vzorů, norem a hodnot. Každá generace mládeže reprodukuje jiné kulturní hodnoty dané společnosti, jiné odmítá a naopak vytváří nové“ (Průcha a kol., 2003, 125). Gúčík a kolektiv (2004, 79) a Jelínek a kolektiv (2008) dále navazují, že chování, myšlení a hodnoty tohoto segmentu „se projevují i ve využívání volného času a v účasti na cestovním ruchu“ (Gúčík a kol., 2004, 79).

Spodní hranice tohoto segmentu koresponduje se skutečností, že „ve většině zemí jsou lidé mladší 15 let považováni za děti a tudíž za nesvéprávní“ (Němčanský, 1999, 323). Tentýž autor uvádí, že pro mládež je charakteristická snaha začít se vymaňovat zpod rodičovské kontroly směrem k úplné ekonomické nezávislosti. Jiné prameny uvádí, že hranice 15 let je zvolena záměrně, protože při práci s mládeží se jedná především o psychologické aspekty a ve věku 15 let prochází člověk výraznými změnami.

Hanuš (2002) upřesňuje období mezi 15 – 20 rokem života člověka jako období fyzického a psychického dozrávání, uvědomování si sebe sama, svých možností a počátkem aktivního přístupu k životu, postupného osamostatnění, přijetí vlastní odpovědnosti (Příloha 11).

Neuman a Hanuš (G7, 2007 a, 17 – 55) upozorňují na nutnost respektovat specifika této skupiny dospívajících. Teprve kolem 20 roku dochází k emočnímu ustálení (Hnutí GO!, 2005).

Pávková a kolektiv (2002) objasňují, že vhodné ovlivňování volného času mládeže přispívá k prevenci společensky nevhodných a škodlivých forem chování. Prostřednictvím pestrých a zajímavých činností je mládež motivována k společensky žádoucímu využívání volného času, k formování zájmů, k získávání nových vědomostí, dovedností i návyků (Pávková a kol., 2002) (Příloha 2). Současně se i Neuman a Hanuš (G7, 2007 a, 17-55) vyslovují, že virtuální realita ovlivňuje postoje mladé generace a je třeba umět probudit u mládeže motivy vedoucí k tomu, aby se aktivně účastnila programů výchovy v přírodě.

Dlouhodobě nejrozsáhlejší zkušenosti s prací s cílovou skupinou 16 – 19 let (středoškoláci a učni) představuje zejména projekt Prázdniny (PŠL), který je realizován od roku 1978 (Holec a kol., 1994) (G7, 2007 a, 17-55). Na zkušenosti Prázdninové školy Lipnice s tímto segmentem navazuje svým projektem občanské sdružení Hnutí GO! (Hnutí GO!, 2005) (Příloha 5).

2.3.1 Cestovní ruch mládeže

Nejpříznačnějším rysem marketingové koncepce cestovního ruchu mládeže podle Němčanského (1999, 324) je to, že „se většinou nezaměřuje přímo na tento segment, nýbrž ho pojímá jako nspecifikovatelnou část trhu cestovního ruchu dospělých“. Dále autor uvádí, že „všeobecně transakcí uskutečněných segmentem mládeže je málo a navíc přinášejí nejmenší zisky (nižší nároky, uplatňované slevy), přesto v důsledku marketingových aktivit orientovaných na cestování mládeže probíhajících v posledních letech byl zaznamenán rostoucí zájem o tento segment“ (1999, 324).

Jelínek a kolektiv (2008) charakterizují segment mládeže, jako „mladé lidi, kteří se snaží alespoň v některých situacích vystupovat samostatně, už nejezdí na dovolenou a cesty se svými rodiči a ještě nemají vlastní rodiny“.

2.3.2 Incentivní cestovní ruch v segmentu mládeže

Pojem „incentivní cestovní ruch v segmentu mládeže“ nepatří mezi známé a používané termíny cestovního ruchu, přesto obecné definice incentivního cestovního ruchu (SITE, 2006) (Kolektiv autorů, 2001, 228) nepopírají existenci incentivního cestovního ruchu v segmentu mládeže, což potvrzuje i Novacká (Kolektiv autorů, 2001): „Součástí této formy je organizování odborných exkurzí a odborných tematických zájezdů pro okruh speciálně orientovaných lidí z řad už vzdělaných odborníků, ale i studentů.“

V segmentu mládeže nezažívá tato forma cestovního ruchu v současné době v České republice tak bouřlivý rozvoj jako v soukromém sektoru firem, šíře nabídky není také tak rozsáhlá a pestrá. Adekvátním způsobem je incentivní cestovní ruch v oblasti školství aplikován již dlouhodobě (např. odborné exkurse). Problematika mládeže a školství je výrazně spojena s neziskovou oblastí, a proto se vnímání incentivního cestovního ruchu v segmentu mládeže pohybuje doposud v jiné rovině. Výrazným determinujícím faktorem jsou navíc finanční možnosti a samotná specifika segmentu mládeže.

Nárůst zájmu o sofistikovanější metody motivace je iniciována silící snahou adekvátního výchovného působení na mládež 21. století jako prevence a náplň volného času. Současně je ale iniciována i jinými aspekty: S rozvojem soukromého školství, začínají školy bojovat o studenty. Dle Českého statistického úřadu (2007) zaznamenal počet soukromých a církevních škol ve školním roce 2004/05 oproti roku předešlému nárůst o necelé 3%. Incentivní cestovní ruch představuje pro tuto oblast možnost rozvoje studentů, ale také jednu z konkurenčních výhod (dle vyjádření managementu SOŠ podnikání a obchodu v Prostějově).

Pro oblast středního školství, dle definicí incentivního cestovního ruchu (SITE, 2006) (Kolektiv autorů, 2001, 228), lze incentivní cestovní ruch pro segment mládeže nastínit následovně:

Charakter ICR	Nástroj ICR	Příklady ICR
tematické zájezdy	S	poznávací zájezd
		školní výlet
odborné zájezdy	M / S	poznávací zájezd s aktivní účastí
		studijní pobytové zájezdy

		exkurse
spol. akce		společenské akce
sport		turistický kurs
		lyžařský kurs
		vodácký kurs
		a jiné sportovní akce a kursy
rozvoj jednotlivce a skupiny	M	vstupní adaptační kurs GO!
		adaptační kurs + (kurs vzdělávání a rozvoje)
		projekt GO!

Tabulka 1. Nástin členění existujících nabídek incentivního cestovního ruchu pro segment mládeže (Zdroj: Nabídky školních aktivit a nabídky různých specializovaných subjektů) (Struktura členění upravena dle: Outward Bound – Česká cesta, Project Outdoor, Adventura)

Vysvětlivky k tabulce 1:

ICR – incentivní cestovní ruch

Výčet jednotlivých akcí a kursů nepředstavuje uzavřenou nabídku incentivního cestovního ruchu v segmentu mládeže.

Nástroj ICR:

- M – „incentivní cestovní ruch, motivační (vytvoření vztahů příznivých pro úspěch podniku)“ (Mlynková, 1997), „uspokojení potřeb účastníka po dalším poznání a získání nových zkušeností“ (Kolektiv autorů, 2001, 228);
- S – incentivní cestovní ruch, stimulační (odměna za dosažené výsledky) (Mlynková, 1997), „regenerace“ (Kolektiv autorů, 2001, 228) a částečně i poznání;
- neexistuje přesná hranice mezi nástrojem M a S, převaha či volba jednoho nástroje je v praxi ovlivněna cíli konkrétního programu, kursu, zájezdu.

Tématické zájezdy: Klasickým příkladem incentivního cestovního ruchu je účast na zájezdu zpravidla za odměnu, za dobré pracovní výsledky nebo v souvislosti s posilováním vztahu k vlastní organizaci (Čech, 1998).

Odborné zájezdy, společenské akce a sport: Tyto akce prostřednictvím neobvyklého společného zážitku pomáhají stmelit skupinu. Jsou pro účastníky velkou příležitostí přirozeně prolomit bariéry a dostat se k sobě mnohem blíže. Výjimečné zážitky a atmosféra výrazně napomáhají vytváření pocitu sounáležitosti ve skupině a posilují loajalitu k organizaci. Současně jsou tyto akce prostředkem získání nových poznatků a dovedností.

Rozvoj jednotlivce a skupiny: Tento typ programů poskytuje účastníkům prostor pro hlubší seznámení se s sebou i s ostatními a přináší účastníkům zpětnou vazbu. Každý kurz se zaměřuje na intenzivní práci s konkrétním tématem. Jedná se o aktivní formu vzdělávání, která pracuje metodou vzdělávání zážitkem, kdy se z prožitého vytěží konkrétní i zobecňující zkušenost. Kurzy trvají nejčastěji několik dní a jsou určeny pro menší kolektivy.

Naznačená struktura nabídky netvoří úplný výčet. Jednotlivé typy akcí a programů nejsou pevně ukotveny a v návaznosti na použité aktivity, prostředky a metody mění své zařazení. V praxi jsou naznačené oblasti kombinovány.

2.3.2.1 Motivační cestovní ruch v segmentu mládeže

Jednou ze specifických incentív, které nabývají na oblibě jsou různé kurzy vzdělávání a rozvoje jednotlivce a skupiny. Motivační cestovní ruch v tomto směru velmi úzce souvisí s rozvojem metody zážitkové pedagogiky (Příloha 1). Metoda zážitkové pedagogiky představuje nástroj velmi intenzivního působení (Příloha 7), který je nejlépe použitelný v organizacích, jež nesledují jen úzce výkonnostní cíle (G7, 2007 a, 17 – 55), jimž oblast školství bezesporu je.

Průcha a kolektiv (2003, 126) uvádí, že z pedagogického hlediska je účast mládeže na vzdělávání důležitým faktorem rozvoje lidských zdrojů, vzdělanosti a ekonomického potenciálu země. Hanuš (Hanuš, 2002) poznamenává, že kurzy s dobrodružnou náplní u studentů pozitivně ovlivňují schopnost řešit problémy, týmovou práci a hodnocení vlastní osoby.

Vytvořeny jsou 3 formy výchovné strategie – krátkodobé akce se zaměřením na využívání silného emočního prožitku (přinášejí mnoho zkušeností a podnětů pro život), opakované akce (prohlubují dovednosti a návyky), dlouhodobé a záměrně řízené akce (G7, 2007 a, 17 – 55). Hanuš (2002) v segmentu mládeže upozorňuje na neefektivnost

jednorázových akcí s primární komerční prezentací, které neposkytují žádoucí kontakt lektorů s účastníky.

Prázdninová škola Lipnice (Příloha 3) je kolébkou několika projektů, které se využívají ve školní praxi. Másilka a Zappe (G7, 2007 a, 67) uvádí, že jedním z nich je i revoluční projekt pro dospívající (rok 1989), jehož cílem dle Hanuše (2002) se stalo „vyplnění mezery v lidském přístupu k nastávajícím studentům střední školy“. Významnou částí projektu byl vstupní adaptační kurz pro nastupující studenty 1. ročníku (nově vznikající středoškolské třídní kolektivy), který zpravidla probíhá poslední týden v srpnu či první týden v září (Hanuš, 2002). Premiérový kurs byl uskutečněn v roce 1991 pod názvem „Wake up and GO!“, odtud pochází označení „kurs GO!“ (G7, 2007 a, 67) (G7, 2007 a, 50) (PŠL, 2006) (Příloha 6).

Vstupní adaptační kurs (seznamovací kurs či kurs GO!) je dle Másilky a Zappe (G7, 2007 a, 67) „společným startem rodičího se třídního kolektivu“. Je zaměřen na seznámení studentů uvnitř kolektivu a vytvoření vztahů ve třídě a současně i vztahů s třídním učitelem. Jeho cílem je nastartovat pozitivní atmosféru a utváření vztahů v třídním kolektivu, motivovat studenty k aktivní účasti v životě školy a k převzetí odpovědnosti za svůj osobní rozvoj (Outward Bound – Česká cesta, 2006). Kurz probíhá na začátku školního roku a obvykle se jedná o 5 – 6 denní akci (G7, 2007 a, 67). Pro dobrý výsledek kurzu je důležitá účast celého kolektivu včetně třídního učitele (Outward bound – Česká cesta, 2006). Másilka a Zappe (G7, 2007 a, 67) dodávají, že se zpravidla většina studentů vzájemně nezná. Kurs probíhá nejčastěji na neutrálním prostředí (tzn. nikdo z účastníků není s oblastí nijak spřízněn) (Wikipedia, 2008 a) a dle Másilky a Zappe (G7, 2007 a, 67) je připravován na základě metod zážitkové pedagogiky s intenzivním a zpravidla netradičním programem.

„Na konci kurzu se účastníci nerozjíždějí od sebe pryč, ale naopak - začínají společně pracovat“ (Hanuš, 2002).

Adaptační kurs + je dle Outward Bound – Česká cesta (2006) určen pro pokročilé školní třídy. Pro třídní kolektiv, který se již vzájemně zná, nabízí tento typ kursu možnost rozvoje „dovedností pro život“ (Outward Bound – Česká cesta, 2006), tj. konkrétního tématu dle aktuálních potřeb, např. rozvoj týmové spolupráce a vztahů ve skupině, komunikační dovednosti, tvořivost, rozvoj osobnosti, dovednosti pobytu v přírodě, a další (Outward Bound – Česká cesta, 2006).

Hanuš (2002) pod pojmem Projekt GO! (Příloha 6) v současné době chápe komplexní přístup k výchovně-vzdělávacímu procesu, dále uvádí, že projekt GO! není jen adaptační kurs, ale tímto kursem se projekt rozvíjí (Příloha 1 a 2). Obecně se jedná o širokou oblast aktivit a činností směřujících ke změně atmosféry a klimatu při výuce na středních školách (Hnutí GO!, 2005). Z hlediska cestovního ruchu projekt GO! představuje kombinaci pravidelně pořádaných vstupních adaptačních kursů a dalších kursů rozvoje, vzdělávání, sportovních kursů a jiných kursů. Jedná se o dlouhodobý cílený projekt trvající minimálně 4 roky, jehož cílem je poskytnutí dostatečného množství zkušeností, aby byla konkrétní škola schopna sama svými organizátory z řad pedagogických pracovníků školy a studentů zajistit další činnost tj. kurzy již nepovedou externí instruktoři (Hanuš, 2002).

2.3.2.2 České kontexty motivačního cestovního ruchu

Oblast incentivního cestovního ruchu – motivačního – v segmentu mládeže (v kontextu se školstvím) má souvislost s vývojem metody zážitkové pedagogiky a výchovně vzdělávacím procesem prázdninových akcí.

Počátkem 20. století byla oblast, kterou dnes nazýváme zážitková pedagogika, výrazně ovlivněna ideami anglického skautingu a amerického woodcraftu (Liga lesní moudrosti). Dalším výrazným mezníkem a jedinečným českým fenoménem ve vývoji zážitkové pedagogiky byly Foglarovy čtenářské kluby (G7, 2007 a, 19).

Po první světové válce vznikaly první letní tábory v rámci osnov pro školní výchovu a postupně byla tak i po druhé světové válce vytvářena tradice tzv. školy v přírodě.

Po nárůstu kritiky na neefektivnost práce jednotné organizace Československého svazu mládeže v 60. letech vznikl návrh Tábornických škol, který obnovil formy výchovy a pobytu v přírodě. Nastoupil proces rychlého obnovování tradičních organizací a příliv nových myšlenek z vyspělých zemí, jenž byl ale záhy potlačen okupací v roce 1968 (G7, 2007 a, 22).

Počátkem 70. let bylo pod hlavičkou kvalitní výchovy a přípravy kádrů opět navázáno na tradici Tábornických škol, byly hledány nové možnosti rozvoje a nastoupilo tzv. Experimentální období. Výstupem prvních experimentálních akcí bylo hodnocení jak vyhovují tyto akce mentalitě mladých lidí a zda přispívají i k jejich všestrannému a harmonickému rozvoji. Na základě výsledků ČÚV SSM povolil sérii dalších experimentálních projektů (G7, 2007 a, 23 - 24). Začal se uplatňovat velmi intenzivní

rekreační režim, zkoušela se fyzická a psychická odolnost účastníků a co je ještě únosné (v extrémně těžkých podmínkách), což bylo možné i díky tomu, že tou dobou nebyla ještě daná pevná bezpečnostní pravidla a normy (G7, 2007 a, 25).

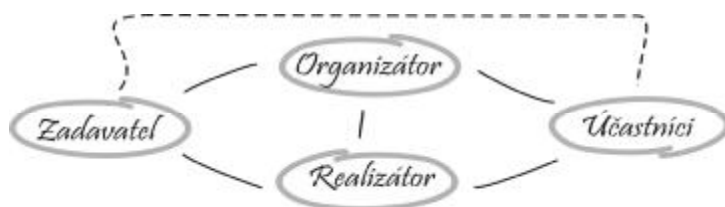
Roku 1977 je založena dnešní Prázdninová škola Lipnice, která pokračuje v započaté práci cíleného výzkumného ověřování (Příloha 3). Od jiných akcí se liší akce PŠL originální programovou skladbou, intenzitou režimu, dramaturgií a svou péčí o atmosféru. Vedle odpočinku, zábavy a vzdělávání jsou sledovány také výchovné cíle. Zpřístupněné výsledky slouží k širšímu využití pro výchovnou praxi a začíná se vytvářet výchovný systém. Nastupuje systematický rozvoj moderních rekreačních forem pobytu v přírodě, jejichž posláním je učit mladé lidi účelné organizaci volného času a naplňováním volného času vhodnými druhy rekreace a zábavy (PŠL, 2006).

Od roku 1996 rozpracovává metodu ZP v segmentu mládeže Hnutí GO!, které navázalo svým projektem na zkušenosti PŠL (Hnutí GO!, 2005) (Příloha 5).

Metoda zážitkové pedagogiky na našem území vyrůstala ze svěbytných kořenů bez cizích vzorů a ve zvláštní době. Český přístup této výchovy je originální a inspirativní a prokazatelně nemá ve světě obdoby. Metoda si vysloužila mezinárodní pozornost i uznání, ukázala totiž jednu z efektivních cest vhodných pro moderní i postmoderní dobu (G7, 2007 a, 54). Současně i práce s mládeží problematického věku 15 – 17 představuje jedinečné české zkušenostní portfolio.

2.4 Motivační proces

Do motivačního procesu adaptačního kursu zasahují následující strany:



Obrázek 2. Schéma zúčastněných stran v motivačním procesu (Zdroj: autorka)

2.4.1 Zadavatel

Na základě předpokladů pro incentivní cestovní ruch v segmentu mládeže je zadavatelem, který poptává program motivačního cestovního ruchu škola nebo vzdělávací

instituce (Jelínek a kol., 2008). Orientace motivačního efektu je v tomto případě zaměřena na vnitřní cílovou skupinu, která se podílí na „prospěchu organizace“ (Nejdl, Mourek, 2000). Ze strany zadavatele jsou na adaptační kurs kladeny specifické cíle a tudíž jsou i očekávány specifické přínosy (Příloha 9 a 10).

Obecné cíle pro vstupní adaptační kursy (dle Hnutí GO!) (Příloha 6)

- 1. seznámení studentů
- 2. zapojení třídního učitele do kolektivu
- 3. vytvoření „zdravých“ neformálních vztahů a vazeb (rozvoj skupinové dynamiky)
- popřípadě jiné specifické cíle

Cílem navazujících kursů je dále rozpracovávat do hloubky konkrétní oblasti dle aktuálních potřeb (např. seznámení studentů s různými sporty, osvojení nových zkušeností a schopností).

Očekávané přínosy pro školu nebo vzdělávací instituci:

- posílení vzájemných vztahů
- zlepšení interní komunikace
- zvýšení motivace studentů
- aktivnější zapojování do činností školy
- zvýšení celkového intelektuálního kapitálu
- posílení celospolečenského rozhledu studentů
- konkurenční výhoda (pozitivní reference)
- a jiné

Na základě těchto dílčích přínosů (v různé kombinaci) očekává zadavatel další, zejména kvalifikované přínosy:

→ zlepšení studentské práce, aktivní zapojení do činností školy → posílení dobrého vnímání organizace ostatními orgány a veřejností.

„Dobrá škola přitahuje dobré děti a dobré děti dělají dobrou školu.“ (Hanuš, 2002)

2.4.2 Účastník

Cílovým segmentem vnitřní orientace motivačního cestovního ruchu dle Másilky a Zappe (G7, 2007 a, 67) jsou studenti školy: jednotlivce a současně celý třídní kolektiv. Tento segment uceleně představuje mládež, tj. studenti středních, vyšších a vysokých škol, na které chce zadavatel nepřímo působit (Příloha 11).

Vstupní adaptační kurs se specializuje na nově vznikající třídní kolektiv – nově nastupujících studentů a jejich třídního učitele, přičemž zpravidla se většina studentů vzájemně nezná (Hnutí GO!, 2005) (GJK, 2006). Účastníky jsou studenti přijatí do prvního ročníků čtyřletého gymnázia, střední školy, učiliště, popřípadě i studenti prvního ročníku vysoké školy (Hnutí GO!, 2005). Pro dobrý výsledek kurzu je důležitá účast celého kolektivu včetně třídního učitele (Outward Bound – Česká cesta, 2006), protože kurs je prvním místem vzájemného poznávání se a navazování vztahů. Neuman a Hanuš (G7, 2007 a, 29) na základě zkušeností uvádí, že maximální přípustný počet účastníků by neměl přesáhnout 30 osob.

2.4.2.1 Přínos pro účastníka

Přínosy se rozlišují na přínosy v rovině samotného jednotlivce a přínosy v rovině jednotlivce v rámci skupiny. Obě roviny se vzájemně ovlivňují a nesoulad jedné narušuje i druhou. Přínosy jakéhokoliv incentivního programu pro účastníka závisí na typu, cíli a náplni incentivního programu. Co člověku adaptační kurs přináší, co může získat:

Účastník – skupina:

- společné zážitky
- vybudování, oživení či upevnění vztahů
- posílení společného ducha
- hlubší seznámení
- zefektivnění komunikace ve skupině
- zvýšení skupinové motivace
- zlepšení společné spolupráce
- uvědomění si vlastní role v pracovním kolektivu
- posílení vzájemné důvěry
- pocit sounáležitosti
- pocit odpovědnosti

- možnost interakce, vzájemného sdílení
- a jiné

Účastník - jednotlivec: (Příloha 10)

- zážitky
- zábava a vzrušení
- nové pohledy a názory
- nové zkušenosti
- nové prožitky v netradičních situacích
- poznání nové destinace, folkloru a jiné poznatky
- poznání nových lidí
- poznání nového způsobu rekreace a trávení volného času
- sebepoznání
- rozvoj sebevědomí a osobních schopností
- rozvoj tvořivosti a kreativního myšlení
- rozvoj fyzických sil
- osvojení a rozvoj sociálních dovedností (komunikace, spolupráce, vedení lidí, tolerance, sebeprosazení ...)
- zvýšení osobní motivace
- vzpomínky
- a jiné

Hanuš (2002) uvádí, že vytvářením a řešením neobvyklých situací v průběhu adaptačního kursu, které vyžadují aktivní a tvůrčí přístup, jsou účastníci vedeni k uvědomění si vlastní identity. Překonáváním překážek a zvládnutím náročných situací rozvíjejí účastníci důvěru ve vlastní schopnosti, zároveň se vytváří vztah k novému kolektivu a usnadňuje se přechod na novou školu (Hnutí GO!, 2006) (Příloha 2).

2.4.3 Organizátor

Organizátorem je obecně instituce či organizace, která zastřešuje kurs, program či akci a nese zodpovědnost za bezpečnost, formální a ekonomickou činnost.

V současné době nepřipravuje adaptační kursy a jiné motivační programy pro mládež (tj. segment studentů zejména středních škol) pouze Prázdninová škola Lipnice (Příloha

3), která s nimi v roce 1991 začala, ale i řada dalších organizací (G7, 2007 a, 67). Neuman a Hanuš (G7, 2007 a, 51) vysvětlují, že „zkušenosti PŠL posloužili vzniku nových organizací (např. Hnutí GO!), které se ubírají cestou specifického tématu“ (Příloha 5). Trend rozvoje obdobných kursů následně vyvolal potřebu organizací a osob specializovaných na plánování a tvorbu takových produktů.

Vzhledem k limitující kupní síle tohoto segmentu a oblasti školství obecně nemá každá organizace zájem na tvorbě produktů pro tento segment. V podstatě se i z výchovných důvodů této problematice věnují spíše neziskové organizace, zejména občanská sdružení. Jen ve výjimečných případech se jedná o firmy ziskově orientované (např. Outward Bound – Česká cesta, Příloha 4).

Formální organizace a spolupráce s jinými organizacemi věnující se problematice mládeže je sama o sobě jistou zárukou zkušenosti.

Organizace, které poskytují služby v oblasti adaptačních kursů a jiných kursů pro segment mládeže jsou například: Hnutí GO! o.s., Outward Bound – Česká cesta s.r.o., Atmosféra o.s., Dům Ignáce Stuchlého o.s., Na Pohodu o.s., Instruktoři Brno, Aisis o.s., Egredior, Užitečný život o.s., DoNitra o.s., Velký vůz o.s., Challenge o.s., a jiné. Do problematiky vstupují ale také instituce: Fakulta tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy, Katedra tělesné kultury Univerzity Palackého.

Organizátorem adaptačních kursů a jiných kursů mohou být již zmíněné organizace, popřípadě škola nebo vzdělávací instituce. Škola se může stát organizátorem v případě, že incentivní program pro ni připravují 1. zkušení jednotlivci nesdružení formálně v organizaci (platí spíše pro jednorázové akce); 2. samotný pedagogický personál školy ve spolupráci se studenty školy, kteří kursy prošli jako účastníci (Projekt GO!, Příloha 6).

2.4.4 Realizátor, realizační tým

Realizátorem je obecně osoba či skupina kooperujících osob, které připravují, realizují a řídí konkrétní program kursu a s ním související formality, přičemž tato osoba či skupina osob jedná na základě zkušeností s adekvátní kvalifikací.

V souladu s individuálními požadavky zadavatele je vytvořen produkt šitý na míru, takovýto produktu motivačního cestovního ruchu je náročnější než vytváření produktů, které jsou součástí standardní nabídky (Kolektiv autorů, 2001, 228), proto i nároky na realizátory jsou vyšší. Základem pro realizaci programů či kursů jsou

praktické zkušenosti a odpovídající teoretický základ. V současné době je nejpropracovanějším systémem interní vzdělávání v rámci Hnutí GO!.

Realizační tým může být sestaven s využitím vlastních pedagogických pracovníků školy nebo vzdělávací instituce a studentů. V případě, že škola či vzdělávací instituce nemá dostatečné množství vyškoleného personálu, popřípadě studentů dané školy, kteří již kursy prošli jako účastníci (Projekt GO!), jsou realizátory členové výše zmíněných organizací, popřípadě formálně neorganizovaní jednotlivci s adekvátními zkušenostmi a vzděláním.

Kurs tzv. Experimentálního období „Pokus pro dvacet“ (1970) ukázal, že pro dva instruktory je poměrně těžké zvládat skupinu 20 lidí (G7, 2007 a, 24). V praxi jsou realizační týmy sestaveny v přijatelném poměru od 3,75 do 6 účastníků na jednoho člena realizačního týmu. Jakýkoliv vyšší poměr 6 a více osob na člena týmu ohrožuje kvalitu programu z hlediska lidských zdrojů (Hnutí GO!, Závěrečné zprávy kursů GO!).

2.4.5 Finance

Financování kursů, akcí a programů pro školy a vzdělávací instituce je závislé na vnějších zdrojích (Jelínek a kol., 2008). Motivační program je většinou hrazen z vlastních prostředků účastníků či kombinovaně i ze zdrojů školy, ve výjimečných případech pouze z prostředků zadavatele .

Jedním z hlavních kritérií je cena, která se odvíjí od finančních možností zadavatele a segmentu mládeže. Účastníci si většinou hradí konkrétní produkt motivačního cestovního ruchu z vlastních finančních prostředků, a proto aby měl motivační efekt smysl, musí být finančně únosný pro jakéhokoli účastníka. Pochází-li finance z prostředků zadavatele, je kladen důraz na návratnost vložené investice (Příloha 2, 9 a 10).

Od finančního rozpočtu se odvíjí celá akce (nabídka, struktura). Zvláštností incentivních programů obecně je, že mezi cenou a kvalitou nemusí vždy existovat přímá úměra. Vhodný program se najde pro každý rozpočet. Výrazným činitelem v tomto směru je schopnost realizačního týmu a někdy prostě stačí jen dobrý nápad, vtip a zkušenosti.

2.4.6 Služby

Služby	
základní služby	dopravní služby a transfery v místě
	stravovací
	ubytovací
	komplexní pojištění
služby determinující (tvoří podstatu programu)	dopravní (jako atypický programový článek)
	stravovací (jako atypický programový článek)
	ubytovací (jako atypický programový článek)
	služby dle cíle a náplně programu ▶ sportovní, kulturní, relaxační, společenské, vzdělávací a jiné
doplňkové služby	informační služby
	organizační doprovod
	průvodce
	technický servis
	materiálové zajištění
	audio a video zpracování
	upomínkové předměty
	a jiné

Tabulka 2. Přehled základních, determinujících a doplňkových služeb incentivního cestovního ruchu mládeže (Zdroj: autorka)

Pro incentivní programy je využívána široká paleta služeb, přičemž mohou být různé kvality podle potřeb. Základním předpokladem je čerpání tzv. základních služeb a dle zaměření programu a náplně čerpání služeb determinujících, které ovšem vytváří jedinečnost kursu či akce. Produkty motivačního cestovního ruchu pro segment mládeže jsou charakteristické tím, že využívají dodavatelské služby v minimálním přiměřeném množství a s přiměřenou kvalitou k nižším finančním možnostem (Drobná, Morávková, 2004, 134).

U adaptačních kursů a jiných programů, ve snaze minimalizovat náklady, je často tendence využívat vlastní zdroje (zejména u stravovacích služeb – vlastní kuchařky). Současně je i velké množství determinujících služeb uskutečňováno z vlastních zdrojů členů realizačního týmu a z možností organizátorské organizace. Tyto skutečnosti spolu s možností čerpat pro skupinu další slevy vytváří přiměřené finanční podmínky pro segment mládeže.

2.4.7 Prostředí

Česká republika je vzhledem k reliéfu krajiny, pestrosti prostředí, relativní bezpečnosti a dostupnosti velmi dobrým místem k uskutečňování incentivních programů obecně (Nejdl, Mourek, 2000). Nabízí adekvátně obtížný a pestrý terén pro segment mládeže a současně díky dopravní dostupnosti nepříliš vzdálených cílů umožňuje minimalizovat finanční náklady. Program kursu či akce se maximálně snaží využít přírodního prostředí a volba destinace má často souvislost s estetickými kvalitami v okolí (Němčanský, 1999, 228) (Příloha 12). Přesto je nutné konstatovat, že samotná destinace a její poklady nemají nic společného s kvalitou motivační akce, přičemž motivační program se dá teoreticky udělat kdekoliv (Němčanský, 1999, 277 - 278), tuto skutečnost potvrzují i poznatky Hanuše (2003). Němčanský (1999, 278) přímo uvádí: „vzhledem k tomu, že incentiva je postavena na zážitcích, platí logicky úměra, že čím nezajímavější je okolí, tím interesantnější musí být program.“

V ideálním případě by adaptační kursy a jiné programy měly probíhat v neutrálním prostředí (tzn. nikdo z jejich účastníků v dané oblasti nebydlí, ani s ní není nijak spřízněn) (Wikipedia, 2008 a).

V souladu s trendy trvale udržitelného rozvoje a ochrany životního prostředí je nutností si uvědomovat důsledky zásahů do přírodního prostředí v průběhu kursu, tj. zachovat původní stav lokality i po kursu a dbát na pravidla chování v chráněných územích.

Určité estetické a funkční nároky jsou kladeny i na samotnou ubytovací lokalitu a prostory a spokojenost podtrhuje vstřícný personál střediska (Příloha 13).

2.4.8 Metoda, program a prostředky

Incentivní cestovní ruch „využívá neobyčejného zážitku“ (SITE, 2006). Másilka a Zappe (G7, 2007 a, 67) uvádí, že adaptační kurs je připravován na základě metody zážitkové pedagogiky (Příloha 7). Tato metoda využívá jako prostředek výchovy a vzdělávání autentický zážitek (zpravidla v přírodním prostředí) (Hnutí GO!, 2005). Skladba kursu dle Gintela (G7, 2007 a, 5) představuje jakýsi „komplexní tlak na osobnost každého jedince“, jenž probíhá střídavě v různých úrovních: fyzická, psychologická, kreativní, sociální (Příloha 10). Cílem takového působení je zejména zkušenost, vzdělávání, komplexní osobnostní rozvoj jednotlivců (v oblasti sociálních, řídicích

a organizačních dovednostech) a rozvoj spolupráce, komunikace a vztahů ve skupině (Outward Bound – Česká cesta, 2006).

Němčanský (1999, 277) upozorňuje, že kvalita programu a náplně kursu se vůbec neodvíjí od finančních možností, ale nýbrž od schopností, zkušeností a kreativity realizátora a o úspěchu motivačního cestovního ruchu nerozhoduje její cíl ani jiné, ale její program.

Adaptační kurs je naplněn intenzivním, dynamickým, variabilním, promyšleným a zpravidla netradičním programem (G7, 2007 a, 67). Obecně se dá říct, že adaptační kurs představuje mix všeho dostupného a adekvátního co se současně objevuje i v nabídce pro firemní klientelu, proto je možné v těchto kursech spatřovat tzv. teambuilding a teamspirit (Příloha 8).

Pro naplnění podstaty programu jsou využívány různé aktivity, hry a herní bloky, jejichž konkrétní přehled a třídění nabízí zejména publikace Zlatý fond her I., II. a III.

Závažné chyby při tvorbě motivačního programu shledává Šneiderová (G8, 2007 b, 46 – 47) v nezkušenosti, např. nevhodná volba struktury programu a jednotlivých aktivit vůči segmentu (popřípadě strnulé dodržování původního scénáře) nebo špatné komunikaci zúčastněných stran. V konečném důsledku zamýšlený výsledný efekt nemusí odpovídat skutečnému efektu, ačkoliv se struktura jeví tvůrcům šitá na míru (Wikipedia, 2008 b). Účastníci mohou vnímat kurs v horším případě velmi negativně (G8, 2007 b, 47).

2.4.9 Bezpečnost

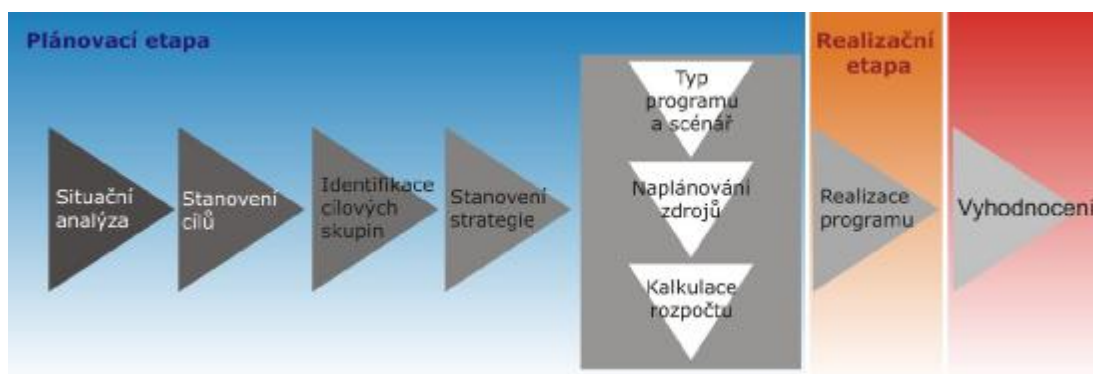
Pro akce motivačního cestovního ruchu je důležitým předpisem pro práci s dětmi a mládeží vyhláška MŠMT o Hygienických požadavcích na zotavovacích akcích pro děti a mládež č. 106/2001 Sb. Rozsáhlý přehled o dalších požadavcích zejména při využívání různých outdoorových aktivit je zpracován v publikaci Bezpečnost mimoškolní práce s kolektivy dětí a mládeže (Kutý, 2007).

Současně je nutné během kursu či akce dodržovat bezpečnostní předpisy, dbát na dodržování pravidel psychické, fyzické a sociální bezpečnosti. Prvním krokem je již samotné seznámení se zdravotním stavem všech účastníků (Zdravotní deklarace). Povaha a rozsah aktivit kursu musí být přiměřené věku a schopnostem účastníků. Povinností všech členů realizačního týmu je volit lokality pro dané aktivity s ohledem na možné nebezpečí a minimalizovat celou dobu možná rizika. V případě náročných aktivit by měl

realizační tým pečlivě zvážit situaci, zda je daná aktivita vhodná (např. fyzicky, psychicky) a využívat takovéto prvky obezřetně (Ulrych, 2005 b).

Hlavní zásadou adaptačních a jiných kursů je dobrovolnost.

2.5 Schéma přípravy a realizace motivačního programu – adaptačního kursu



Obrázek 3. Plánovací proces (Zdroj: upraveno podle Šindlera, 2003)

Rozhodnutí školy nebo vzdělávací instituce o využití kursu tohoto typu a rozhodnutí o využití spolupráce s externím poskytovatelem služeb. Rozhodnutí jsou uskutečňována na základě: (upraveno dle Companatour, 2006).

- analýza makro prostředí (sociální prostředí)
- analýza mikro prostředí
 - analýza studentů (mládeže), jejich trend chování a vývoje požadavků a preferencí
 - analýza odvětví a konkurence
 - analýza nabídky poskytovatelů motivačních služeb pro segment mládeže
- analýza podniku, zdrojů a dovedností
 - analýza možností školy nebo vzdělávací instituce (finanční, personální)
 - analýza silných a slabých stránek
 - analýza příležitostí a hrozeb v souvislosti s adaptačním kursem
- prognózy
- další specifické informace

Stanovení cílů a identifikace cílových skupin (ve spolupráci zadavatele, organizátora či realizátora)

- stanovení cílů adaptačního kursu (nejčastěji jsou převzaty z původní myšlenky adaptačních kursů GO!, viz ...)
- + další doplňkové cíle dle aktuálních potřeb zadavatele
- identifikace cílové skupiny (nově vznikající třídní kolektiv – respektive nově nastupující studenti, kteří uspěli v přijímacím řízení a rozhodli se na školu nastoupit, a jejich třídní učitel)

Stanovení strategie (ve spolupráci zadavatele, organizátora a realizátora)

- sestavení realizačního týmu, určení program manažera, který sestavuje celý průběh a logistiku kursu
- určení kontaktních osob pro všechny zúčastněné strany: účastník – zadavatel – organizátor – realizátor
- volba termínu a délky trvání kursu
- volba použitelného ubytovacího zařízení ve vztahu k lokalitě vhodné pro realizaci kursu
- řízení základních dodavatelských služeb – ubytování, stravování, doprava
- orientační tvorba rámcového rozpočtu a návrh finančního zajištění
- orientační rozpracování programu kursu
- příprava informačních podkladů pro komunikaci s účastníky
- kontaktování účastníků (pokyny a dotazníky) a cílená motivace k účasti
- komunikace s pedagogickým doprovodem

Typ programu a scénář, naplánování zdrojů (ve spolupráci zadavatele, organizátora a realizátora)

- podrobný průzkum lokality
- časové, obsahové rozpracování scénáře kursu
- návrh personálního zajištění kursu
- návrh materiálového a technického vybavení a logistického zajištění kursu
- identifikace případných dalších determinujících služeb
- určení zdravotníka

Kalkulace

- stanovení rozpočtu
- zhodnocení finančních podmínek

Realizace

- kontrola formalit a potvrzení nesrovnalostí
- realizace připraveného scénáře
- přehodnocování programu ve vztahu k účastníkům
- koordinace členů realizačního týmu, materiálu a vybavení
- řízení, motivace a facilitace účastníků v průběhu kursu
- flexibilní řešení vzniklých odchylek od scénáře

Vyhodnocení

- dotazníky, zjišťování zpětné vazby od účastníků
- závěrečné vyhodnocení kursu zadavatelem
- zpracování závěrečné zprávy
- vyúčtování kursu
- pojmenování nedostatků pro jejich eliminaci v budoucnosti

Délka plánovacího procesu je ovlivněna mnoha faktory. V praxi Hnutí GO! se uplatňuje průměrná délka kompletní přípravy kursu zhruba 6 měsíců.

3 Použitá metodika

Pro úvodní teoretickou studii do problematiky incentivního cestovního ruchu jsem jako opěrné zvolila metodu sběru informací z primárních a sekundárních informačních pramenů a metodu sekundární analýzy a syntézy informací. Pro teoretickou studii incentivního cestovního ruchu v segmentu mládeže jsem z důvodu absence adekvátních pramenů zvolila současně metodu komparace a implementace informací.

Pro vlastní práci jsem použila metody provedení terénního výzkumu – kvalitativní metody pozorování a osobní rozhovory a kvantitativní metodu diagnostiky vztahu účastníků ke kursům GO! a MOOS 2007 pomocí dotazníkového šetření. Případovou studii jsem sestavila na základě realizace kursů GO! a MOOS 2007 a provedených terénních výzkumů kursu GO! a MOOS 2007.

Sběr primárních informací

V mé práci jsem použila dostupné materiály vztahující se k tématu incentivní cestovní ruch. Materiály, které prezentuji, představují dostupný nikoli základní soubor literatury, na jehož základě teoreticky vymezují problematiku incentivního cestovního ruchu obecně. V textu se též objevuje řada myšlenek a informací z internetu, u nichž bych chtěla upozornit na to, že jejich autoři často nejsou uznávaní odborníci, pro moji práci však přinesli cenné pohledy zejména z praxe. Pozornost věnuji zejména domácím autorům, vzhledem ke specifčnosti vývoje studované problematiky v českém prostředí. Prostudováním řady internetových zdrojů se snažím vyčíst současné trendy v oblasti incentivního cestovního ruchu.

Další důležitý zdroj primárních informací představují (oficiálně nepublikované) závěrečné zprávy z kursů GO! Hnutí GO! a informace získané na vzdělávacích seminářích Hnutí GO!.

Sekundární analýza a syntéza informací

Touto metodou přehodnocuji zdroje a informace o stejném či podobném obsahu. Dále přehodnocuji primární informace ve vztahu k vlastním poznatkům z terénních výzkumů. Analyzuji nové pohledy, hledám společné styčné plochy mezi fakty a závěry usměrňuji k výsledné syntéze. Pracuji s údaji, které jsou již známé, ale ve větší míře také s údaji

a poznatky, které nejsou nikde doposud publikované. Přehled zdrojů je prezentován v referenčním seznamu literatury. Seznam zahrnuje také „nevědecké“ webové stránky, vzdělávací semináře Hnutí GO! a propagační materiály organizací poskytujících incentivní služby.

Příprava a realizace kursu

Nedílnou součástí práce byla příprava a realizace konkrétního kursu pro mládež. Kurs byl uskutečněn pro dvě nově nastupující třídy na SOŠ podnikání a obchodu v Prostějově. Tento krok napomohl k získání praktických zkušeností s managementem vstupního adaptačního kursu.

Terénní výzkum

1. Pozorování a osobní rozhovor

Práce je doplněna o poznatky získané ze zúčastněného i nezúčastněného pozorování účastníků v průběhu kursů GO!, kursu MOOS 2007 a jiných incentivních programů. Současné jsou pro práci přínosné informace a zkušenosti nabyté na seminářích Hnutí GO! a při kontaktu s dlouholetými organizátory kursů GO! a podobných kursů.

2. Diagnostika vztahu účastníků ke kursům GO! a MOOS 2007

Pro kvantitativní výzkum kursů GO! a kursu MOOS jsem užila dotazníkové šetření, které zjišťuje názory studentů na absolvovaný kurs. Sběr dat proběhl ve spolupráci se studenty tří tříd biskupského gymnázia v Brně a studenty dvou tříd SOŠ podnikání a obchodu v Prostějově. Dotazníkový výzkum byl proveden jednorázově, měsíc po ukončení kursu. Získaná data byla následně vyhodnocena a zpracována v programu Microsoft Office Excel 2003.

Podklady pro případovou studii kursu GO! 2005 a kursu MOOS 2007 jsem sestavila na základě provedení konkrétní analýzy kursu GO! Skipy expedice 2005 a kursu MOOS 2007.

Komparace a implementace

Z důvodu absence adekvátních pramenů pro incentivní cestovní ruch v segment mládeže jsem v teoretické části zvolila metodu komparace praktických poznatků s obecnými teoretickými informacemi a výsledná zjištění implementovala do teoretického rámce.

3.1 Hypotézy práce

Hypotéza 1: Incentivní program je prostředek pro naplnění cílů.

Vytýčené obecné cíle jsou během adaptačního kursu naplněny.

Účastníci adaptačního kursu se seznamují rychleji a lépe než v běžném školním prostředí v průběhu prvního školního týdne. Adaptační kurs umožňuje hlubší seznámení s třídním učitelem a následně lepší vztah pedagog – žák ve školním prostředí. Doba společně strávená na adaptačním kursu iniciuje vytvoření „zdravých“ neformálních vztahů a vazeb ve třídě.

Hypotéza 2: Incentivní program přináší pozitivní výsledky.

Účastníci hodnotí adaptační kurs pozitivně.

Dramaturgie adaptačních kursu je koncipována tak, aby se účastníci v průběhu kursu nenudili, ale zároveň ani nestresovali. Aktivity, hry a situace přispívají k získávání intenzivních autentických prožitků, se kterými účastníci dále pracují. V průběhu kursu je vyzdvihováno úspěšné jednání vedoucí k vyřešení aktivit a zejména v případě neúspěchu je rolí realizačního týmu pracovat s tzv. pozitivní orientací na chybu. To vše je předpokladem k celkově příznivému vnímání adaptačního kursu.

Hypotéza 3: Zadavatel hodnotí incentivní program pozitivně.

Spolupracující školy hodnotí adaptační kursy a výchovu zážitkem pozitivně.

Tuto hypotézu vyvozují již ze samotného faktu, že školy k projektu přistoupili.

Hypotéza 4: Dlouhodobého efektu na účastníky je dosahováno intenzitou zážitku.

Nejčastěji a nejdéle si účastníci adaptačního kursu zapamatují zážitkově poutavé aktivity a hry, při kterých byly vystaveni větší zátěži.

Na základě sledování reakcí účastníků na různé aktivity, v průběhu, bezprostředně po ukončení a při pozdějším společném rozboru aktivity, předpokládám – čím byly prožitky účastníků silnější, tím je větší pravděpodobnost, že si je budou účastníci pamatovat i po delším časovém odstupu.

Hypotéza 5: Základní služby jsou nedílnou součástí produktu incentivního cestovního ruchu, nikoliv však rozhodující součástí.

Jsou-li využity adekvátní služby k účastnické skupině a cílům kursu nemusí zákonitě jejich kvalitativní výkyvy negativním směrem znamenat i negativní vnímání celého produktu incentivního cestovního ruchu.

4 Vlastní práce

4.1 Případová studie – Management adaptačního kursu MOOS 2007

Zadání

Seznamovací kurs MOOS pro nově nastupující ročníky čtyřletého studia.

Zadavatel: Střední odborná škola podnikání a obchodu, s.r.o. Prostějov

Organizátor: Střední odborná škola podnikání a obchodu, s.r.o. Prostějov

Realizátor: Sestavený realizační tým (Příloha 18)

Účastníci: Koedukovaná skupina 48 osob (12 chlapců, 36 dívek) ve věku 15 – 16 let, kteří se kursu MOOS účastní dobrovolně (dvě třídy: management obchodu – 26 studentů a management služeb – 22 studentů)

Termín kursu MOOS: 3. - 5.9.2007 (první 3 dny školy)

Obecné cíle pro kurs MOOS (převzato z Hnutí GO!)

- 1. seznámení studentů
- 2. zapojení třídního učitele do kolektivu
- 3. vytvoření „zdravých“ neformálních vztahů a vazeb
- 4. seznámení studentů s pedagogy a odbornými předměty, které vyučují (specifický cíl pro tento kurs)

Zvláštní podmínky: bezpečnost, pilotní kurs k odzkoušení kursů tohoto typu na této škole

Finance: Vše hrazeno z rozpočtu zadavatele (pro účastníky byl kurs zcela zdarma)

4.1.1 Přípravná fáze

Rozhodnutí vedení školy a majitele o realizaci adaptačního kursu vyplynulo ze snahy zlepšit vztahy mezi studenty – školou a studenty navzájem a snahy získání konkurenční výhody.

Zhodnocení atributů mládeže ve vztahu ke škole a školství proběhlo na úrovni empirických pozorování. Základní cíle pro kurs byly přejaty od vstupních adaptačních kursů GO!.

Vzhledem k pilotní verzi kursu byly formální záležitosti řešeny operativně. Kontaktní osobou a ústředním kooperátorem na straně zadavatele a současně organizátora byl Ing. Marek Moudrý (zástupce ředitele). Pověřená osoba pro realizaci kursu byla kontaktována na základě dřívějšího studia na této škole a zkušeností s obdobnými kursy. Spolupráce se specializovanou organizací nebyla navázána vzhledem k vysoké finanční náročnosti na personální složku a nejistotě z výsledků pilotního kursu. Odpovědnost byla plně na zadavateli, protože kurs byl pojat jako akce školy s vlastním pedagogickým dozorem.

Délka přípravy kursu od prvotní myšlenky byla 5 měsíců. Reálná příprava kursu trvala 3 měsíce.

4.1.1.1 Realizační tým

Jmenování vedoucího člena realizačního týmu souviselo se zkušenostmi s adaptačními kursy. Další členové týmu byly vybráni na základě uvážení vedoucího kursu a časových možností oslovených osob (Příloha 18). Pro spolupráci byly vybírány osoby se zkušenostmi s prací s lidmi a outdoorovými aktivitami. Z finančních důvodů byl počet členů realizačního týmu omezen.

Realizační tým pracoval na základě dohody o provedení práce. Na kursu byly dále k dispozici: dvě třídní profesorky, zdravotník a učitelka tělesné výchovy.

Počet osob		Poznámky
1	Vedoucí týmu	- koordinátor, zkušenost s kursy GO!
3	Členové týmu	- zkušenosti: absolvování kursu PŠL, pobyty v přírodě, instruktor snowboardingu, zkušenosti práce s lidmi

Tabulka 3. Složení realizačního týmu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

4.1.1.2 Služby

Služby		
základní služby	ubytování	rekreační středisko
	stravování	rekreační středisko
	doprava	soukromý autodopravce

determinující služby	programové prvky	realizační tým
----------------------	------------------	----------------

Tabulka 4. Služby využité při adaptačním kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

Výběr a dojednání využitých služeb si zajišťoval zadavatel.

Na základě rozhodnutí zadavatele pro komfortnost účastníků byly dopravní služby řešeny soukromým autodopravcem, kterým byla vykryta doprava od budovy školy na nedaleké rekreační středisko a zpět.

Stravování bylo zajištěno v místě lokalizace rekreačního střediska. Délka kursu měla vliv na volbu levného bufetového stravování v místním bufetu.

Veškeré programové prvky byly vykryty realizačním týmem za pomoci zúčastněného pedagogického personálu.

4.1.1.3 Středisko

Místo: ATC Žralok Plumlov, s.r.o. (Příloha 16 a 22)

Rozhodujícím faktorem pro výběr střediska byla neobsazenost, vzhledem k pozdnímu rozhodnutí o konání kursu. Středisko a okolí střediska splňovalo stanovené základní předpoklady pro konání kursu (Příloha 12 a 13), nedodržena byla pouze neutralita prostředí (viz 2.4.7). Na středisku byla plně k dispozici malá společenská místnost.

Stravování (plná penze) bylo vykalkulována na 135 Kč osoba/den, tato cena byla dále snížena v souvislosti s nespokojeností se stravou. Cena ubytování byla vykalkulována na 110 Kč osoba/den.

Zámek Plumlov

Již od počátku byl navázán kontakt s kastelánem místního zámku, který stojí v blízkosti střediska. Bezúplatně byly plně k dispozici prostory bývalé konírny, které svou neopakovatelnou a jedinečnou atmosféru dodaly náboj večerním programům.

4.1.1.4 Komunikace

Komunikace realizátor – zadavatel proběhla ve třech nepravidelných schůzkách v sídle školy a především mailově mezi vedoucím realizačního týmu a zástupcem ředitele.

Díky znalostem poměrů na místní škole nepředstavoval pro vedoucího týmu problém adekvátně přizpůsobit kurs potřebám školy.

Komunikace s pedagogy, kteří se účastnili kursu proběhla v týdnu před začátkem školy, kdy jim byla nastíněna vize kursu a jejich role v něm.

Komunikace realizátor – účastník pro potřeby kursu zajišťoval vedoucí realizačního týmu písemnými dopisy zasílanými školou (např. Motivační dopis, Příloha 15) a mailově v souvislosti s konkrétními dotazy na realizační tým. Zpětný tok informací od účastníků představoval vyplněný Zdravotní dotazník a jiné formality, které účastníci odevzdávali během prázdnin v sídle školy.

4.1.1.5 Scénář a naplánování zdrojů

Rámcový scénář kursu MOOS 2007 byl vypracován v průběhu tří jednodenních zrealizovaných týmových schůzek. Součástí schůzek byly i praktické nácviky a bližší průzkum lokality (Příloha 16).

Dle scénáře byly časově a obsahově rozpracovány jednotlivé aktivity dle možností členů týmu a jednotlivým členům týmu byly přiřazeny úkoly. Na jednotlivé aktivity byl rozpracován návrh potřebného materiálového a technického vybavení a současně zdroje čerpání tohoto vybavení.

Sestavena byla orientační kalkulace pro kontrolu rozpočtu.

4.1.2 Realizace

Realizační tým řídil a zabezpečoval celkový chod kursu kromě dosmlouvání a doplacení dodavatelských služeb. Předpoklady pro řízení a zabezpečení kursu: kooperace týmu, koordinace činností, správný směr motivování jednotlivců i týmu, jasná odpovědnost za jednotlivé činnosti, dobrá vzájemná komunikace. Mezi hlavní náplň týmu ve vztahu k účastníkům během kursu patřila koordinace, komunikace, facilitace a motivace účastníků. V průběhu kursu realizační tým přehodnocoval program a postup na další den dle aktuální situace a potřeb.

4.1.2.1 Scénář

Pracovní název kursu: Vesmírná expedice

Motiv: Příprava expedice, která na základě hypotéz z první expedice (fiktivní expedice lunárního modulu – krátká video sekvence), měla potvrdit možnost života v nově objevené lokalitě – „školní třída“. Účastníci byly zasazeni do přípravy na tuto pokusnou kosmickou expedici, jejíž výsledkem měla být „životaschopná“ třída. Příprava účastníků kosmické expedice byla v konečném důsledku paralelou k přípravě vstupu do nového, neznámého prostředí, k vstupu do další životní etapy.

	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
pondělí		sestání, formality odjezd na středisko		výroba imerovok, blok seznamovacích her (reportáž pokračování z autobusu), indická feteronky, oteklávání, směs		ubytování	oběd servis		cvičení NASA		skalní golf					
úterý		snídaně lunární servis		pravidla a info létačiči koberec, kouzelná hůlka, gordický uzel, obřad prsten, parvočina, kienba, mataiabiši		oběd	servis			ORV + motivace		večere	Filmy			
středa			důvěrovky	blok třídních učitelůk	oběd servis		procházka s hádankami		balení 80						Silové show	

Obrázek 4. Konečná verze scénáře kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

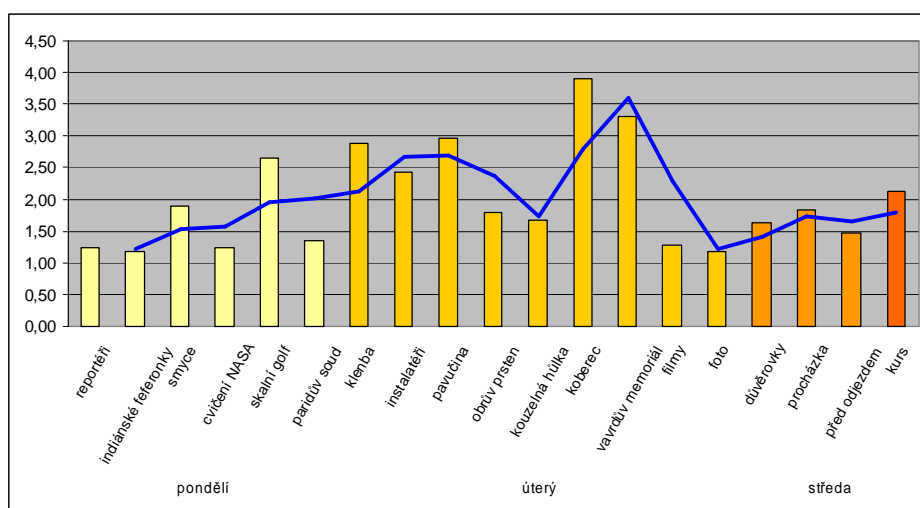
Výběr a řazení aktivit nebylo náhodné, zde byla aplikována pravidla dramaturgie a cílování adaptačních kursů GO!. Současně byl limitován výběr aktivit možnostmi a zkušenostmi realizačního týmu. Vzhledem ke zkrácené verzi adaptačního kursu byla intenzita kursu zhuštěna (z běžných 5 na 3 dny), což výrazně limitovalo plynulý průběh procesů ve skupině.

Den	Charakter dne	způsob naplnění charakteru dne - klíčové bloky her a aktivity
Pondělí	- seznámení, komunikace - mírně zvýšená fyzická i psychická zátěž	seznamovací a kontaktní hry, terénní fyzicky náročnější hra, večerní blok zábavných a kreativních společenských her
Úterý	- kontakt, kooperace - zvýšená fyzická a psychická zátěž	blok týmových her, ORV – fyzicky náročná aktivita, večerní blok zábavných a kreativních společenských her

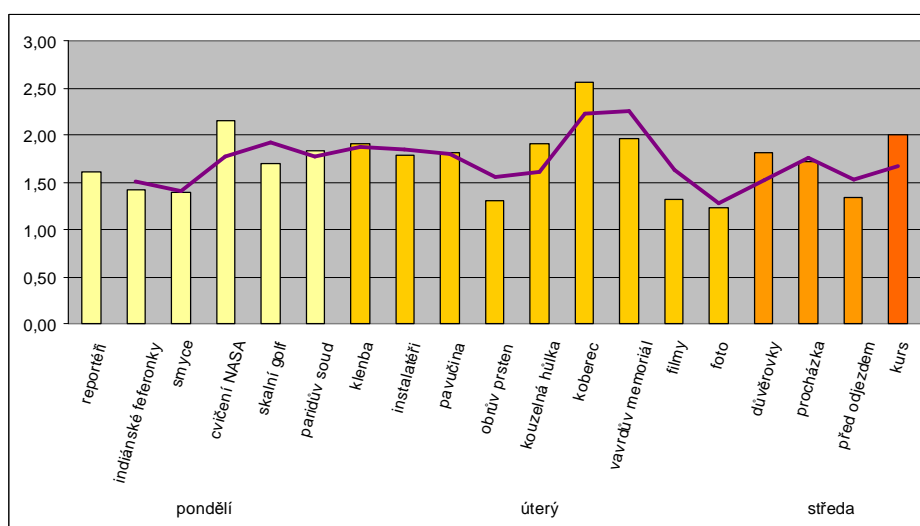
Středa	- kontakt, důvěra, kooperace, fyzická relaxace - zvýšená psychická zátěž	blok her na rozvoj důvěry, blok relaxačních her
---------------	--	---

Tabulka 5. Stručná charakteristika dnů a denních programů adaptačního kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

Stupnice (fyzické a psychické zátěže) pro jednotlivé aktivity a hry: 1 – 5 (1 nejméně zátěžové - min, 5 nejvíce zátěžové - max) (stupnice dle výstupů z průběžných dotazníků).



Graf 1. Křivka fyzické zátěže jednotlivých aktivit kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka; vychází z průběžného dotazníkového výzkumu)

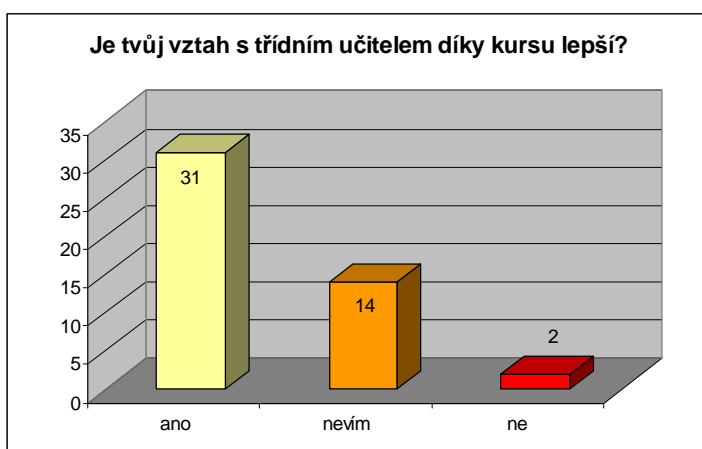


Graf 2. Křivka psychické zátěže jednotlivých aktivit kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka; vychází z průběžného dotazníkového výzkumu)

4.1.3 Vyhodnocení kursu a výstupy z kursu

4.1.3.1 Cíle kurzu

Třídní učitelky obou tříd si se studenty díky zapojení, účasti na zpětných vazbách, a neustálé komunikaci, vytvořily přátelský vztah, který ale současně respektoval vztah učitel žák. Na základě vyhodnocení dotazníkových odpovědí, je velká část účastníků kursu (66%) přesvědčena o lepším vztahu s třídní profesorkou, 30% účastníků si není jisto lepšího vztahu s třídní učitelkou a dva účastníci (4%) jsou přesvědčení, že kurs nenapomohl ke zlepšení jejich vztahu s třídní učitelkou.



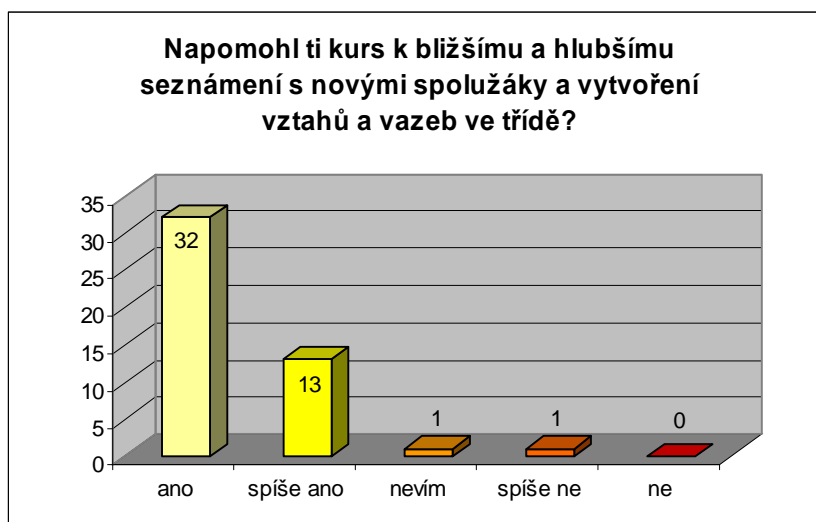
Graf 3. Vnímání vztahu účastníků s třídní učitelkou kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

odpověď	počet odpovědí	procentní vyjádření
ano	31	66%
nevím	14	30%
ne	2	4%

Tabulka 6. Procentní a číselné vyjádření vnímání vztahu účastníků s třídní učitelkou kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

Účastníci byly v průběhu kursu přiměny vzájemně komunikovat a spolupracovat. Seznámení účastníků, stmelení třídního kolektivu a navázání přátelství bylo účastníky kursu hodnoceno kladně. Následující graf a tabulka ukazuje, že většina (68% + 28%) účastníků kursu je alespoň částečně přesvědčena o vzájemném prohloubení vztahu díky

kursu. Jeden účastník (2 %) se vyslovuje spíše negativně k bližšímu a hlubšímu seznámení se spolužáky.



Graf 4. Vzájemný vztah účastníků kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

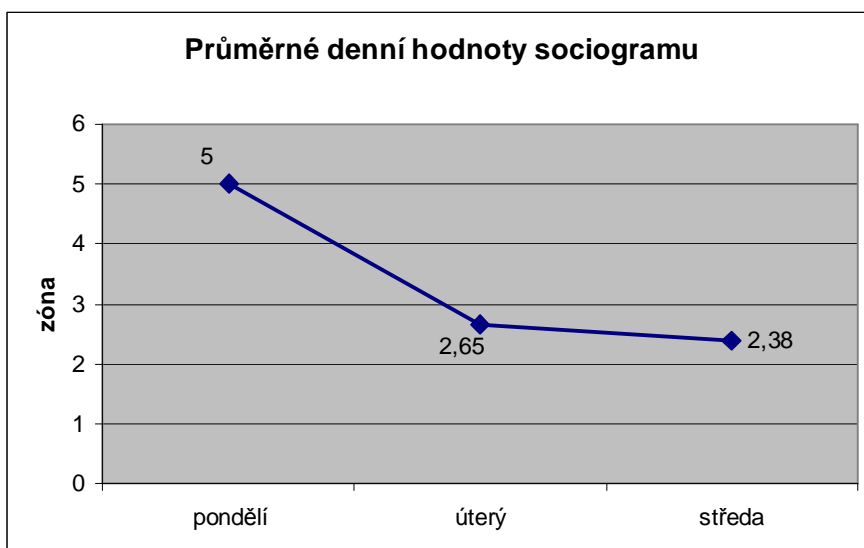
odpověď	počet odpovědí	procentní vyjádření
ano	32	68%
spíše ano	13	28%
nevím	1	2%
spíše ne	1	2%
ne	0	0%

Tabulka 7. Vzájemný vztah účastníků kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

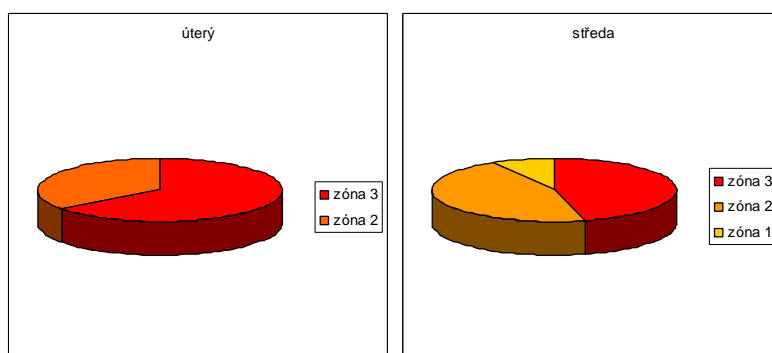
Specifický cíl: „Seznámení studentů s pedagogy a odbornými předměty, které vyučují“ se v průběhu kursu z mnoha důvodů ukázal jako velmi obtížně realizovatelný. Očekávaný efekt tohoto cíle nebyl naplněn.

4.1.3.2 Sociogram

Účastníci každý den při ranní hitaci vykreslovali sociogram „Stopičky“ (Příloha 24), tj. jedny stopy v závislosti na tom, jak se momentálně cítili začlenění, či nezačlenění do skupiny. Vyhodnocené týdenní výsledky pak znázorňují posun pocitu začlenění jednotlivců do skupiny.



Graf 5. Průměrné denní hodnoty sociogramu kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)



Graf 6 a, 6 b. Rozložení volby zón v jednotlivých dnech kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

Prvnímu dni byla přidělena hodnota 5, která naznačovala doposud neexistující vztahy a pocit začlenění v nově vzniklé skupině (předpoklad: se nikdo ještě nezná). Z grafu následujícího dne byla patrná prvotní nejistota, která se projevila umístěním převážně ve třetí – prostřední průměrné zóně. Během dalšího dne kursu nastal mírný posun směrem dovnitř kruhu, průměrná hodnota jednotlivce se přiklonila k pocitu začlenění, k pocitu, že se cítí mezi svými spolužáky mnohem přirozeněji. Křivka průměrných hodnot (Graf 5) celkově dokumentuje pozitivní tendenci „začlenění do skupiny“, která ukazuje na stále silnější kohezi skupiny, přesto ale je tato tendence mírně zkreslena nedostatečným počtem hodnot vzhledem k délce trvání kursu.

4.1.3.3 Vzniklé komplikace a jejich řešení

vzniklá komplikace	důvod vzniku komplikace	řešení
časový skluz doladování programu a mapování terénu pro konkrétní aktivity	nemožnost časové a místní koordinace schůzek všech členů týmu během prázdnin	krátká doba pro přípravu kursu, přenesení příprav kursu na vedoucího člena týmu, mapování terénu a doladění programu bezprostředně před začátkem kursu
lokalita nebyla pro účastníky příliš atraktivní	volba střediska „na poslední chvíli“ v přílišné blízkosti bydliště účastníků	snaha zaujmout pestrostí programu
stížnosti účastníků a pedagogického dozoru na stav sociálního zařízení	nedostatek toaletních potřeb, nefungující osvětlení, přílišné užívání dezinfekčních prostředků v prostorách sprch	snaha o vyjednání nápravných opatření u provozovatele střediska
nemožnost vměstnat pohodlně všechny účastníky do společenské místnosti	nedostačující kapacita společenské místnosti, příliš velký počet účastníků	dělení na skupiny podle tříd, nepohodlné hromadné sezení
nevyhovující stravování a stížnosti účastníků (nedovařené jídlo, dlouhé čekání)	volba nevhodného stravovacího zařízení a typu stravy, podcenění kapacity bufetu co do prostor a schopnosti personálu obsloužit velké množství lidí naráz, neochota personálu	příchod na obědy a večere po menších skupinkách, snaha o vyjednání nápravných opatření u provozovatele bufetu a poskytnutí slevy za nekvalitní stravovací služby
narušení programu kursu skrze příjezdy partnerů a přátel účastníků	poloha střediska příliš blízko bydliště	omezení „návštěv“ jen na polední pauzu
nemožnost realizačního týmu vykryt časově všechny programy a celkově vysoká zátěž týmu	malý počet členů realizačního týmu	spolupráce s pedagogickým dozorem
nenastolení „atmosféry“ kursu a oslabení rozhodovací pravomoci realizačního týmu	převaha pedagogického dozoru nad realizačním týmem a přehnané zásahy do programu, rozpor zájmů pedagogického dozoru a realizačního týmu, přílišný počet účastníků, nedostatečné prostory	ústup z nároků realizačního týmu, snaha dělit účastníky na menší pracovní skupinky
neinformovanost týmu o zdravotním stavu účastníků	zdravotník nebyl člen realizačního týmu	dodatečné informování
nenaplnění očekávání z příjezdů pedagogů	nezájem a neochota pedagogů	zrušení příjezdů pedagogů

Tabulka 8. Vzniklé komplikace v průběhu kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

Obecně byla většina problémů způsobena: příliš velký počet účastnické skupiny (dvě třídy), malý počet členů realizačního týmu na úkor vyššího počtu členů pedagogického

dozoru (který bylo možné zapojit jen výjimečně, ale přesto měl velkou rozhodovací pravomoc) a volbou rekreačního střediska. Doporučení: účast pouze třídních učitelek, zvýšení počtu členů týmu (alespoň na 5 osob) a při dalších kursech spolupracovat s vytypovanými účastníky předešlých ročníků kursu MOOS (např. jako praxe).

Středisko bylo shledáno nevyhovující, především kvůli stavu sociálních zařízení, špatným službám a blízkosti k bydlišti účastníků, současně i nejdostupnější stravovací služby nebyly uspokojivé. Doporučení: nasmlouvání rekreačního střediska s adekvátní možností stravování s dostatečným předstihem a důslednější volba lokality (i na úkor vyšší vzdálenosti).

4.1.3.4 Zajištění služeb a vyúčtování akce – příjmy a náklady kursu GO!

Na kurs dostavily všichni nově přijatí studenti, celkový počet účastníků byl 48.

Položka	%	Poznámky
Příjem od účastníků	0	
Rozpočet zadavatele	100	
Celkem	100	

Tabulka 9. Příjmy na realizaci kursu MOOS 2007 (%) (Zdroj: autorka)

Položka	%	Poznámky
Náklady během realizace kursu		
Služby	32,6	ubytovací služby (studenti, lektori, učitelé)
Služby	29,5	stravovací služby (studenti, lektori, učitelé)
Služby	3,42	dopravní služby (studenti) (pronájem autobusu)
Programové zajištění kursu	16,72	odměny lektorům
Pedagogický dozor	12,64	odměny učitelům
Ostatní náklady	5,12	kancelářské a sportovní potřeby, pitný režim, ...
Celkem	100	

Tabulka 10. Náklady kursu MOOS 2007 hrazené z rozpočtu zadavatele (%) (Zdroj: SOŠ podnikání a obchodu Prostějov)

Finanční náročnost adaptačního kursu zvýšila částka sloužící jako odměna členům realizačního týmu. Část materiálu byla bezúplatně poskytnuta ze soukromých zdrojů členů realizačního týmu

4.1.3.5 Výstupy z kursu MOOS 2007

Výstupy z kurzu pro zadavatele a členy týmu jsou: CD s fotkami a veřejně nepublikovaná závěrečná zpráva, logo MOOS, zkušenost s prvním ročníkem adaptačních kursů na této škole.

Výstupem kursu pro účastníky jsou: CD s fotkami a mnoho zážitků (Příloha 20).

Speciálně pro tento typ kursů na této škole byl vytvořen název a logo: Meeting out of school MOOS (Příloha 14).

Výstupem se staly i dva články v regionálním tisku, z toho jeden byl přímo napsán účastnicí kursu (Příloha 26). Vedlejším efektem článků v tisku byla pozitivní publicita zámku Plumlov.

Vedení školy SOŠ podnikání a obchodu v Prostějově na základě pozitivního ohlasu ze strany účastníků rozhodlo o pokračování adaptačních kursů na této škole.

4.1.3.6 Prezentace kursu MOOS 2007 na burze škol

Škola využila pozitivního ohlasu účastníků k zlepšení image a zpestření prezentace školy na burse škol a použila skutečnost konání adaptačních kursů jako konkurenční výhodu.

4.2 Případová studie – Management adaptačního kursu GO! 2005

Zadání

Adaptační (seznamovací) kurs GO! pro nově nastupující ročník čtyřletého studia na Biskupské gymnázium.

Zadavatel: Biskupské gymnázium Brno – dále jen Bigy

Organizátor: Hnutí GO!

Realizátor: sestavený realizační tým (členové Hnutí GO!) (Příloha 19)

Účastníci: Koedukovaná skupina 30 osob (7 chlapců, 23 dívek) ve věku 15 – 16 let, kteří se kursu GO! účastní dobrovolně (budoucí třída 1.B – všeobecné zaměření)

Termín kursu GO!: 29.8. – 3.9.2005 (6 dnů) (první školní týden rozšíření o poslední prázdninové dny z hlediska kompaktnosti kursu)

Obecné cíle pro kursy GO! (dle Hnutí GO!)

- 1. seznámení studentů
- 2. zapojení třídního učitele do kolektivu
- 3. vytvoření „zdravých“ neformálních vztahů a vazeb
- 4. *zapojení elévů z řad studentů gymnázia do přípravy a realizace kursu GO!*

Očekávané přínosy ze strany zadavatele: změna atmosféry ve školství, rozvoj osobnosti studenta

Zvláštní podmínky: přijatelná cena, bezpečnost, projekt změny atmosféry ve školství

Finance: kurs bude plně hrazen účastníky

4.2.1 Přípravná fáze

Rozhodnutí vedení školy o realizaci adaptačního kursu vyplynulo z již rozjetého Projektu GO!, který představoval již 4 ročník adaptačních kursů ve spolupráci s Hnutím GO!.

Orientační analýzy sociální situace, školství a mládeže v České republice a cíle adaptačního kursu GO! byly již součástí podkladů Projektu GO!.

Formální záležitosti na úrovni zadavatel – organizátor byly již díky zaběhlému způsobu předem definovány (smlouva) a na obou stranách byly určeny kontaktní a kompetentní osoby pověřené přípravou. Za organizátora a realizátora v jedné osobě

vystupoval člen Hnutí GO! a současně šéfinstruktor kursu. Odpovědnost byla přejata organizátorem.

Délka samotného přípravného procesu kursu je ovlivněna mnoha faktory. V praxi Hnutí GO! se uplatňuje průměrná délka plánování a přípravy kursu zhruba 8 měsíců.

4.2.1.1 Realizační tým

Členy týmu na základě dřívější spolupráce a doporučení (např. nových elévů z kursu GO! 2004) nominoval šéfinstruktor pro kurs GO! 2005 (Příloha 19). Hlavní funkce členů týmu vycházely ze statutu, kompetencí a 4. cíle Hnutí GO!. Díky čtyřleté spolupráci měla škola již množství zkušených realizátorů z řad studentů.

Přípravná fáze realizačního týmu započala již od března 2005. Realizační tým pracoval na dobrovolné bázi bez nároku na finanční odměnu.

Kursu se dále zúčastnily: třídní profesorka, host a 2 vlastní kuchařky.

Počet osob	Statut dle Hnutí GO!	Poznámky
1	Šéfinstruktor	
1	Instruktor	- zdravotník, zástupce šéfinstruktora
5	Elév	- studenti Bigy (2., 3. a 4. ročník) - absolventi dřívějších kursů GO! - příprava na statut instruktora

Tabulka 11. Složení realizačního týmu kursu GO! 2005 (Zdroj: autorka)

4.2.1.2 Služby

Využité služby byly determinovány omezenou výší rozpočtu kursu (finanční dostupnost pro účastníky). Rozhodující slovo na výběr využitých služeb měl šéfinstruktor kursu, protože Hnutí GO! zajišťovalo kompletnost služby.

Služby		
základní služby	ubytování	rekreační středisko
	stravování	vlastní kuchařky
	doprava	ČD, soukromý autodopravce
	komplexní pojištění	Hnutí GO!

determinující služby	programové prvky	realizační tým
	zapůjčení materiálu	Hnutí GO!, Vodácký oddíl Prostějov, realizační tým

Tabulka 12. Služby využité při realizaci kursu GO! 2005 (Zdroj: autorka)

Dopravní služby byly zajištěny Českými drahami v rámci skupinové jízdenky z Brna do místa konání kursu a zpět. Vlakové spojení bylo vybráno záměrně vzhledem k relativní finanční nenáročnosti, možnosti přepravit velký počet osob bez objednání speciálních služeb a možnosti volného pohybu po prostředku. Pro krátký transfer v místě konání kursu byl zvolen soukromý autodopravce (Příloha 17).

Stravování bylo komplexně zajištěno vlastními kuchařkami, jež pracovaly na dobrovolné bázi bez nároku na finanční odměnu (studentky Bigy). Nákladem pro stravování byl pouze nákup surovin a potravin. Varianta vlastních kuchařek byla zvolena na základě zkušeností, které jednoznačně prokázaly velké finanční úspory při stejné kvalitě a vyšší flexibilitě.

Veškeré programové prvky byly vykryty realizačním týmem, který taktéž pracoval na dobrovolné bázi. Zapůjčení materiálu bylo řešeno přes dostupné zdroje členů týmu.

4.2.1.3 Středisko

Místo: Areál U Lamberka, Březník (Příloha 17 a 23)

Rozhodujícím faktorem pro výběr střediska bylo kladné doporučení jiným šéfinstruktorem Hnutí GO! a kompetentní osobou pro výběr střediska byl šéfinstruktor kursu GO! 2005. Středisko splňovalo všechny stanovené základní předpoklady pro konání kursu (Příloha 12). K dispozici byla společenská místnost, plně vybavená malá kuchyňka a jídelna.

Cena za pokoj se čtyřmi lůžky: 500 Kč/noc (tj. 125 Kč osoba/noc), tato cena byla dále dle dohody upravena o skupinovou slevu.

4.2.1.4 Komunikace

Komunikace organizátor (realizátor) – škola proběhla v pravidelných schůzkách v sídle školy, účastníky byly: ředitel školy, třídní profesorka a kompetentní osoba Hnutí GO! (šéfinstruktor).

Komunikaci realizátor – účastník pro potřeby kursu zajišťoval realizační tým zejména písemně za pomoci školy. Účastníkům byly zaslány informační podklady a motivační materiály a současně od účastníků bylo vyžadováno navrácení některých důležitých formulářů (Zdravotní způsobilost).

4.2.1.5 Scénář a naplánování zdrojů

Rámcový scénář kursu GO! byl vypracován v průběhu pěti zrealizovaných týmových schůzek. Průměrná doba jedné týmové schůzky byla 3 dny. Součástí schůzek byly i praktické nácviky a bližší průzkum lokality.

Dle scénáře byly časově a obsahově rozpracovány jednotlivé aktivity, jednotlivým členům týmu byly přiřazeny úkoly. Na jednotlivé aktivity byl rozpracován návrh potřebného materiálového a technického vybavení a současně zdroje čerpání tohoto vybavení.

Sestavena byla orientační kalkulace pro kontrolu nepřekročení rozpočtu.

4.2.2 Realizace

Realizační tým komplexně řídil a zabezpečoval celkový chod kursu dle předem připraveného scénáře. Předpoklady pro řízení a zabezpečení: kooperace týmu, koordinace činností, správný směr motivování jednotlivců i týmu, jasná odpovědnost za jednotlivé činnosti, dobrá vzájemná komunikace a rozvržená logistika materiálu a vybavení. Mezi hlavní náplň týmu ve vztahu k účastníkům během kursu patřila příprava pomůcek na program, koordinace, komunikace, facilitace a motivace účastníků.

V průběhu kursu realizační tým flexibilně přehodnocoval program a postup na další den dle aktuální situace a potřeb.

4.2.2.1 Scénář

Název kursu: Skippy expedice

Motiv: Příprava expedice, která byla zasazená do prostředí drsného Australského prostředí s množstvím příležitostí a hrozeb. Příprava expedice byla v konečném důsledku paralelou k vstupu do nového, neznámého prostředí, k vstupu do další životní etapy.

	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Po			Seržání na nádraží, formality VŠICHNI!		Cesta vlakem VŠICHNI, Reportaři KATKA	Cesta do zámeckých o parku + drobnáška	Individuální úkoly HONZA		Cesta na středisko Smice KAREL, Kláda EVA, Tři žunici VŠICHNI		Melování kamenů ŠÁRKA	Ubytování RADIM	Slavnostní večer	Infoservis Pravidla RADIM	Poseido Člověče EVA, BLANKA	Rituál JANA	
Út		Rozvojeva BLANKA			Trika JANA	Monstra Instalatéri Korýtko na skupiny Ostrov společně		Dovlevočky Fial dovleky JANA		ORV Ekosystémy RADIM VŠICHNI			Trika JANA		Podpisvy národů HONZA		
St		Rozvojeva EVA	Snídaně			Masky EVA KAREL	Oběd	Trika JANA		Týmovky VŠICHNI Léčající koberec, Obrův prsten, Kouzelná hůlka, Pavučina		Motivace Poseidon	Večerní		Poseidon RADIM (kostýmy)		
Čt						Komunikační hry Krokodýlí feka HRANINÁ, Miniškola objímání	Seriva		Body Art JANA		ORV Pneu VŠICHNI		Trika JANA VŠICHNI		Baraka RADIM	Manážka	
Pá	Miniškola balení, úklid, odchod ze střediska		Snídaně cestou			Cesta k přehradě KLUCI JANA	Příprava jídla DĚČKA	Oběd - DĚČKA			Land art JANA		Rafly KLUCI		Seriva na ostrově RADIM	Slide show RADIM, Raft HOLKY posezení u ohně	
So			Snídaně na pláži			Cesta na bus/vlak											

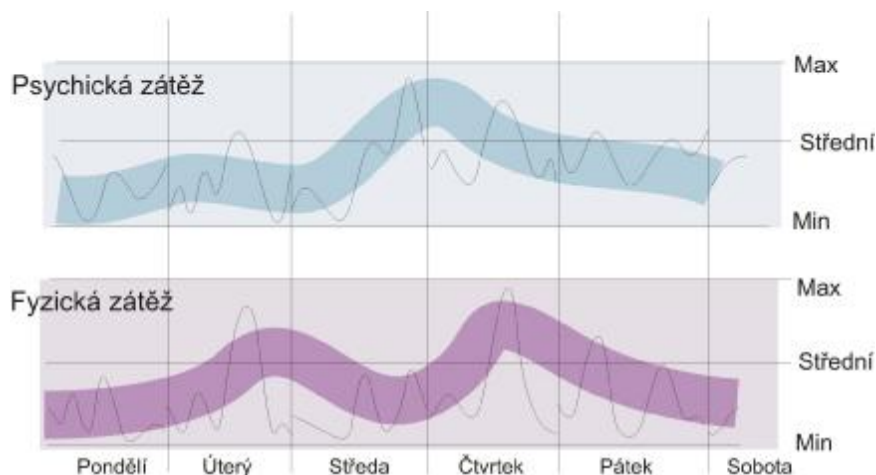
Obrázek 5. Konečná verze scénáře kursu GO! 2005 – Skippy expedice (Zdroj: realizační tým)

Výběr, řazení her a jejich sled nebyl náhodný, zde byla aplikována pravidla dramaturgie a cílování (co, kdy a proč zařadit). Velký význam mělo sledování pomyslné křivky fyzické a psychické zátěže a emocionálního stavu. V programu jsou patrné programové vrcholy (stěžejní hry a aktivity).

Den	Charakter dne	způsob naplnění charakteru dne - klíčové bloky her a aktivity
Pondělí	- seznámení - zahřívací den, nízká fyzická i psychická zátěž	seznamovací a kontaktní hry, kreativní aktivita, Infoservis a pravidla (pro společné soužití), večerní blok zábavných her
Úterý	- kontakt, kooperace - zvýšená fyzická zátěž, nízká psychická zátěž	kreativní aktivita, blok rozehrívacích her, blok her na rozvoj důvěry, ORV – fyzicky náročná aktivita, haptická aktivita
Středa	- kontakt, důvěra, kooperace, fyzická relaxace - zvýšená psychická zátěž	relaxační a kreativní program, blok týmových her, Poseidon (hraní rolí, ztroskotání lodi)
Čtvrtek	- komunikace, kooperace - zvýšená fyzická zátěž, mírně zvýšená psychická zátěž	komunikační a haptické hry, kreativní aktivita, ORV, relaxační program
Pátek	- komunikace, kooperace - celková zátěž	putování, senzitivní aktivita, Rafly, večerní poohlédnutí (promítání fotek), slavnostní večer u ohně, spaní pod širákem

Tabulka 13. Stručná charakteristika dnů a denních programů kursu GO! 2005 (Zdroj: autorka)

Stupnice (fyzické a psychické zátěže) pro jednotlivé aktivity a hry: 1 – 5 (1 nejméně zátěžové - min, 5 nejvíce zátěžové - max) (stupnice dle Zlatého fondu her I., II. a III.).



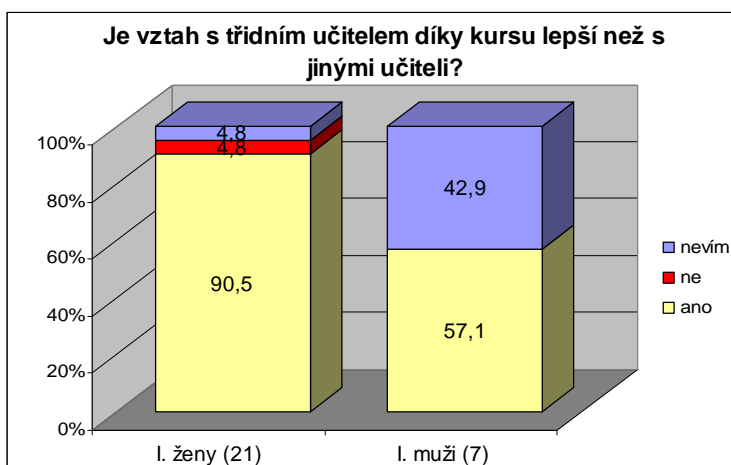
Obrázek 6. Křivka psychické a fyzické zátěže celého kursu GO! 2005 (Zdroj: autorka; vychází ze zátěží jednotlivých aktivit dle Zlatých fondů her)

4.2.3 Vyhodnocení kursu a výstupy z kursu

4.2.3.1 Cíle kurzu

Na základě pozorování a zjištěných skutečností z pohledu účastníků i realizátorů byly cíle kursu naplněny.

Třídní profesorka si se studenty díky zapojení v jednotlivých hrách, účasti na zpětných vazbách, a neustálé komunikaci s nimi, vytvořila přátelský vztah, který ale současně respektoval vztah učitel žák. Na základě vyhodnocení dotazníkových odpovědí, je většina účastníků kursu přesvědčena o lepším vztahu s třídní profesorkou. Patrný rozdíl je v mínění mužů a žen, což potvrzuje i sledování, že ženy měly v průběhu kursu s třídní profesorkou evidentně bližší vztah než muži. Jediná zaznamenaná negativní odpověď pochází od účastnice, jejíž dotazované odpovědi zaznamenaly celkově neutrální až mírně negativní náboj.



Graf 7. Vztah s třídní učitelkou kursu GO! 2005 (Zdroj: autorka)

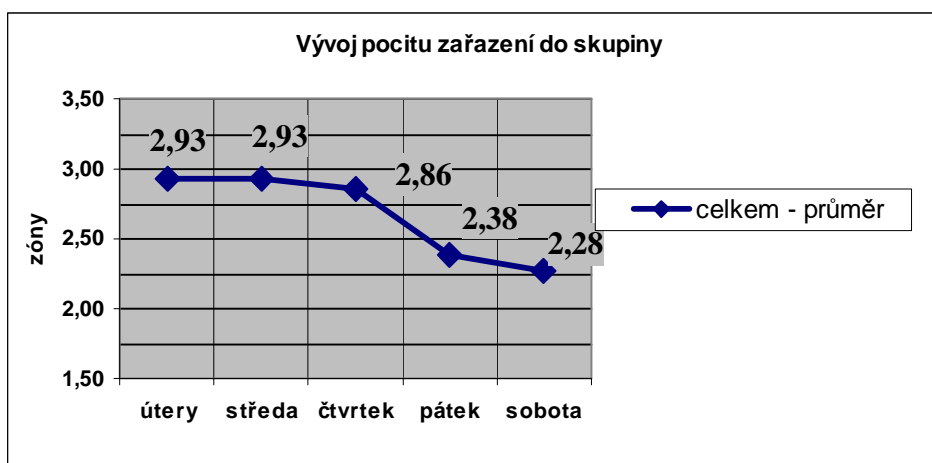
Seznámení účastníků, stmelení třídního kolektivu a navázání hlubšího přátelství bylo účastníky kursu hodnoceno po všech směrech kladně. Na otázku, zdali kurs napomohl k bližšímu a hlubšímu seznámení s novými spolužáky, bylo pro odpověď ano rovných 100 %.

Pouze jedna účastnice (tj. 4,8 % z žen) neví, napomohl-li kurs k vytvoření „zdravých“ neformálních vztahů a vazeb ve třídě, zbytek dotazovaných žen (95,2%) a mužů (100%) odpovědělo ano.

Elékové kursu z řad studentů Bigy a bývalých absolventů adaptačního kursu byli při přípravě a v průběhu kursu zapojováni v co nejvyšší míře, současně měli možnost absolvovat interní vzdělávací semináře Hnutí GO!. Byli vedeni k samostatnosti a schopnosti při přípravě a realizaci kursů a jejich schopnosti a zkušenosti budou dále zúročeny pro přípravu adaptačních kusů na Bigy již bez pomoci Hnutí GO!.

4.2.3.2 Sociogram

Účastníci každý den při ranní hitaci vykreslovali sociogram „Stopičky“ (Příloha 24), tj. jedny stopy v závislosti na tom, jak se momentálně cítili začlenění, či nezačlenění do skupiny. Vyhodnocené týdenní výsledky pak znázorňují posun pocitu začlenění jednotlivců do skupiny. Výsledky kursu GO! 2005 nemám k dispozici, proto pro znázornění zjištěných průměrných hodnot jsou použita data z kursu GO! 2004, vývoj hodnot by měl mít obdobnou tendenci.



Graf 8. Sociogram kursu GO! 2004 (Zdroj: Charlie, Závěrečná zpráva GO! 2004 Dva roky prázdnin)

Z grafu je patrná prvotní nejistota, která se projevuje umístěním převážně ve třetí – prostřední průměrné zóně. Během dalších dnů kursu nastává mírný posun směrem dolů – dovnitř kruhu, průměrná hodnota jednotlivce se přiklonila k pocitu začlenění, k pocitu, že se cítí mezi svými spolužáky mnohem přirozeněji. Graf celkově dokumentuje pozitivní tendenci, která ukazuje na stále silnější kohezi skupiny.

4.2.3.3 Vzniklé komplikace a jejich řešení

vzniklá komplikace	důvod vzniku komplikace	řešení
časový skluz příprav střediska	nedodržení ústní dohody ze strany správce o dispozici střediska týmu dva dny před kursem	omezení příprav a rozložení do dalších dnů
omezení použitelnosti okolí střediska pro outdoorové aktivity	poloha střediska na okraji přírodního parku, špatná informovanost týmu	přehodnocení programu (konkrétních aktivit) a přesměrování aktivit
malá ubytovací kapacita (21 lůžek pro 28 účastníků)	nedodržení ústní dohody ze strany správce – přesun do jiných ubytovacích prostor	v pokojích spalo více účastníků než byl počet lůžek, část týmu spala v obytném karavanu
nedostatečný počet sprch a teplé vody	přesun do jiných prostor	větší přestávky v programu pro hygienu
ohrožení slideshow na pustém břehu přehrady (promítání fotek)	porucha na elektrocentrále	provizorní oprava

Tabulka 14. Vzniklé komplikace v průběhu kursu GO! 2005 (Zdroj: autorka)

Vyhodnocení: středisko se stávajícím správcem byl shledán nevyhovující.

4.2.3.4 Zajištění služeb a vyúčtování akce – příjmy a náklady kursu GO!

Na kurs se nedostavily dvě účastnice, celkový počet účastníků byl 28.

Položka	%	Poznámky
Příjem od účastníků	98,6	
Přijaté dotace MŠMT	1	úrazové pojištění
Příspěvek Hnutí GO!	0,4	pojištění odpovědnosti členů týmu
Celkem	100	

Tabulka 15. Příjmy na realizaci kursu GO! 2005 (%) (Zdroj: autorka)

Položka	%	Poznámky
Náklady členů týmu před realizací kursu		
Služby	6,6	dopravní služby (individuální doprava členů týmu na týmové schůzky (proplaceny jízdní doklady)
Služby	1,8	příležitostné ubytování v rekreačním středisku (týmová schůzka)
Ostatní náklady	6,8	kancelářské potřeby, drobný materiál, suroviny a potraviny
Ostatní služby	2,8	poštovné, telefonní náklady a jiné
Náklady během realizace kursu		
Služby	38,2	ubytovací služby (rekreační středisko)
Služby	8,9	dopravní služby (ČD a soukromý autodopravce) (účastníci a třídní učitelka)
Mzdové náklady	0	realizační tým, kuchařky (na dobrovolné bázi)
Ostatní náklady	29,9	kancelářské potřeby, drobný materiál, suroviny a potraviny (strava)
Celkem	95	
Zisk kursu GO!	5	

Tabulka 16. Náklady kursu GO! 2005 hrazené z rozpočtu (%) (Zdroj: autorka)

Potřebné vybavení poskytl bez nároku na odměnu: jednotlivý členové týmu, Prostějovský vodácký oddíl, Bigy, Dům Ignáce Stuchlého, Zemědělské družstvo Březník.

4.2.3.5 Výstupy z kursu GO!

Výstupy z kurzu pro Hnutí GO!, Bigy a členy týmu jsou: CD s fotkami a vyhotovená nepublikovaná závěrečná zpráva.

Výstupem kursu pro účastníky jsou: CD s fotkami, trika, „životní“ kameny, sádrové masky a mnoho zážitků (Příloha 21).

Jedním z cílů kursu byla příprava elévů do praxe. Pro méně zkušené studenty Biskupského gymnázia kurs GO! představoval vzdělávací incentivu. Elévové (budoucí instruktoři) získávali nové zkušenosti, aby byly schopni kursy GO! na škole organizovat, připravovat a realizovat sami.

Aby bylo možné přínosy kursu maximálně využít je třeba s účastníky dále po kursu spolupracovat. Jednou z možností spolupráce s účastníky po kursu jsou pořádané víkendové zážitkové a vzdělávací výpravy.

Díky zaběhlému projektu plánuje Bigy využívání adaptačních kursů i do budoucna.

4.2.3.6 Presentace kursu GO! na Biskupském gymnázium

Měsíc po uskutečnění kursu GO! připravil realizační tým ve spolupráci se školou společnou prezentaci pro účastníky kursu a jejich rodiče. Cílem setkání bylo nastínit přínosy kursů GO! a připomenout účastníkům a ukázat jejich rodičům, že šest dnů strávených na kursu byl plnohodnotným využitím času. Velkým přínosem k splnění tohoto cíle je i samotný kladný ohlas ze strany účastníků.

4.2.3.7 Presentace kursů o.s. Hnutí GO! a spolupracujících škol

Náplní každoročně pořádaných setkání je zejména výměna zkušeností. Jednotlivé realizační týmy prezentují vlastní kurs GO! a s ním spojené úspěchy, neúspěchy a komplikace, se kterými se od počátku až do samého zakončení potýkaly. Pobavit se a odejít s inspirací na další ročník kursů či poučit se z chyb vlastních i cizích – každý má možnost odnést si ze setkání mnoho nových poznatků a praktických informací.

Dvoudenní setkání se uskutečnilo 30.9.-1.10.2005 na Základní škole nedaleko Olomouce.

4.3 Orientační srovnání kursu GO! 2005 a MOOS 2007

	GO! 2005	MOOS 2007
zadavatel	Biskupské gymnázium (Bigy) Brno	SOŠ podnikání a obchodu Prostějov
zadavatel	školská právnická osoba	právnická osoba (s.r.o.)
organizátor	Hnutí GO!	SOŠ podnikání a obchodu Prostějov
realizační tým	interní osoby (člen Hnutí GO!, student Bigy)	externí osoby (služby)
realizační tým - počet	6	4
realizační tým - odměna	bezúplatná, dobrovolná	placená
finance	hradí účastník	hradí zadavatel
odpovědnost	realizátor a organizátor	organizátor
pedagog. doprovod - počet	1	4
účastníci	1 třída	2 třídy
účastníci - počet	28	48
poměr (účastníci/1 realizátor)	4,7	12
délka reálné přípravy kursu	6 měsíců	3 měsíce
délka kursu (dny)	6	3
očekávaný přínos pro zadavatele	změna atmosféry ve školství a rozvoj jedince a skupiny	konkurenční výhoda a zlepšení vztahu student – student, student – škola
náročnost programu (fyzická a psychická)	vyšší	nízká
lokalita – dosah (vzdušnou čarou) od sídla školy	cca 30 km	cca 8 km
ubytování	rekreační středisko – zděná budova	rekreační středisko – dřevěné chatky
- finanční náročnost	125 Kč / osoba / den (dále poskytnuta sleva)	110 Kč / osoba / den
- % z rozpočtu	38,2 %	32,6 %
- spokojenost (dle autorky)	spíše ano	spíše ano
stravování	vlastní	bufet
- finanční náročnost	70 Kč / osoba / den	135 Kč / osoba / den
- % z rozpočtu	cca 20 % (potravin)	29,5 % (strava, kuchařky)
- spokojenost (dle autorky)	ano	ne
doprava	vlakové spojení	soukromý autodopravce
- % z rozpočtu	8,9 %	3,42 %
- spokojenost (dle autorky)	ano	ano
motivační program	realizační tým	realizační tým
- % z rozpočtu	8,4 % (doprava a strava)	16,72 % (odměna)

Tabulka 17. Srovnání adaptačního kursu GO! 2005 a MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

4.4 Vlastní výzkum

4.4.1 Cíle výzkumu

1. Naplnění cílů konkrétního produktu incentivního cestovního ruchu

- naplnění základních cílů adaptačního kursů GO! a kursu MOOS 2007:
 - § cíl 1: seznámení účastníků
 - § cíl 2: seznámení s třídním učitelem
 - § cíl 3: vytvoření „zdravých“ neformálních vztahů a vazeb

2. Naplnění podstaty incentivního cestovního ruchu

- ztotožnění s cíli zadávající organizace
- osvojení nových znalostí, dovedností a odborných schopností
- příprava programu „na míru“
- přínos zážitkové pedagogiky a adaptačních kursů

4.4.1.1 Hypotézy

H 1: Incentivní program je prostředek pro naplnění cílů.

Vytýčené obecné cíle jsou během adaptačního kursu naplněny.

H 2: Incentivní program přináší pozitivní výsledky.

Účastníci hodnotí adaptační kurs pozitivně.

H 3: Zadavatel hodnotí incentivní program pozitivně.

Spolupracující školy hodnotí výchovu zážitkem pozitivně.

H 4: Dlouhodobého efektu na účastníky je dosahováno intenzitou zážitku.

Nejčastěji a nejdéle na účastníky adaptačního kursu působí poutavé aktivity a ty aktivity a hry, při kterých byly vystaveni větší zátěži.

H 5: Základní služby jsou nedílnou součástí produktu, nikoliv však rozhodující součástí.

Jsou-li využity adekvátní služby k účastnické skupině a cílům kursu nemusí zákonitě jejich kvalitativní výkyvy negativním směrem znamenat i negativní vnímání celého produktu incentivního cestovního ruchu.

4.4.1.2 Charakteristika respondentů

Uskutečněny byly tři nezávislé dotazníkové průzkumy.

Hlavní průzkum proběhl na Biskupském gymnáziu v Brně. Dotazování byli studenti I., II. a III. ročníku pro rok 2005/2006. Celkem bylo respondentů – 82. Výzkum proběhl po uskutečnění kursu GO! pro rok 2005 za pomoci spolupracujících studentů a členů týmu, kteří rozšířili dotazníky v rámci vlastních tříd.

- ročník (školní rok nástup do studia 2005/2006) – věk 15 – 16 → 28 respondentů
- ročník (2004/2005) – věk 16 – 17 → 30 respondentů
- ročník (2003/2004) – věk 17 – 18 → 24 respondentů

Doplňkový průzkum proběhl při příležitosti prezentace kursů GO! pro rok 2005. Dotázanými byli členové Hnutí GO!, kteří se podílely na realizaci kursů GO! pro rok 2005. Celkový počet byl 19 respondentů. Výzkum proběhl za osobní účasti při příležitosti prezentace kursů GO! 2005.

Třetí průzkum byl uskutečněn na SOŠ podnikání a obchodu s.r.o. Prostějov. Dotazování byli studenti I. ročníku (specializace management obchodu a management služeb) pro rok 2007/2008, kteří se účastnili adaptačního kursu MOOS 2007. Celkem odpovědělo 47 respondentů. Výzkum proběhl měsíc po uskutečnění adaptačního kursu MOOS 2007 v sídle školy.

Návratnost dotazníků

Účast na adaptačním kursu je dobrovolná, proto se počty studentů na kursu mohou lišit od počtu studentů ve třídě (zpravidla se tak děje výjimečně).

Návratnost dotazníků ze tří tříd Bigy byla téměř 100%, přičemž s časovým odstupem od realizace kursu GO! pro daný ročník, klesá mírně návratnost dotazníků tohoto ročníku.

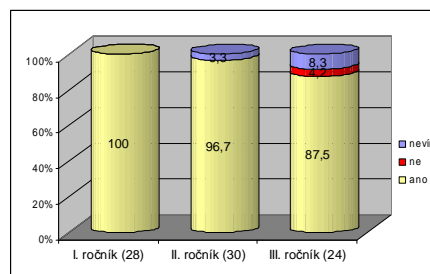
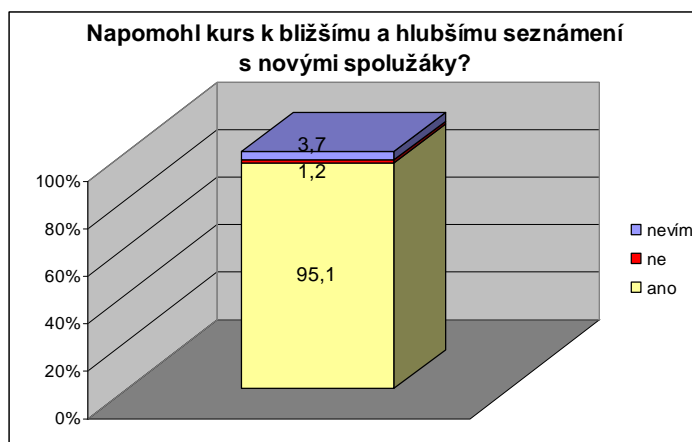
Návratnost dotazníků z SOŠ podnikání a obchodu byla 98%.

4.4.2 Naplnění cílů konkrétního produktu incentivního cestovního ruchu – adaptačního kursu

Seznámení a stmelení třídního kolektivu probíhá v určité rovině samovolně a přirozeně vždy, když je jakákoli skupina delší dobu spolu. Na adaptačních kurzech dokáže promyšlená dramaturgie citlivě reagovat na vývoj tohoto procesu a proces adekvátně korigovat, aby byla naplněna podstata kursu.

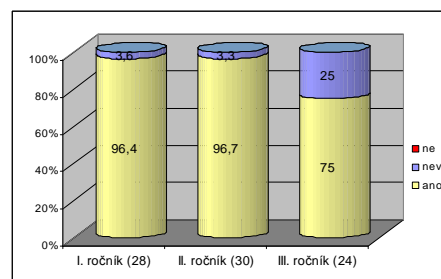
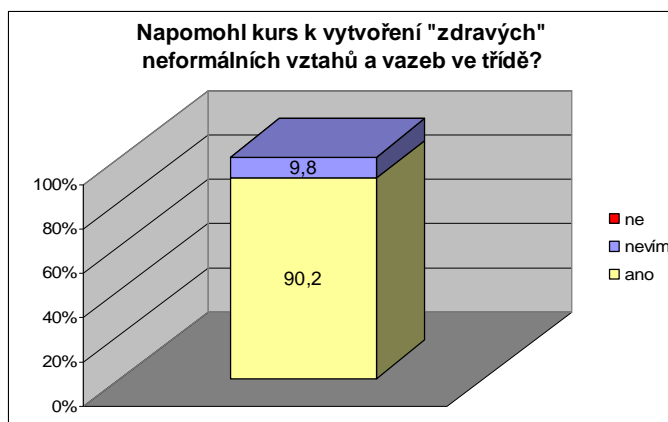
Z uvedeného grafu 9a a 10a vyplývá, že většina účastníků adaptačních kursů GO! považovala cíle kursu (cíl 1 a 3) za naplněné. S naplněním cíle 1 nesouhlasila pouze jedna dívka z III. ročníku a tři dotazovaní si nebyli jisti. Kurs GO! dle účastníků napomohl k poznání ostatních jinak než ve třídě. Samotné účastníky na kursu GO! velmi oslovila týmová spolupráce a stmelený kolektiv a jak málo k tomu stačí.

Grafy 9b a 10b zobrazují rozložení odpovědí po jednotlivých ročnících. Z obou grafů je patrný trend mírného poklesu: s rostoucím časem, po který je skupina pohromadě a který skupinu dělí od kursu, může vést u některých jedinců k „zmražení“ vztahům. Tento jev je více patrný u dívek. Jedním z důvodů může být relativně malý vzorek mužů, skutečnost, že mezi dívkami v průběhu dospívání vznikají rivalské vztahy nebo fakt, že delší soužití mezi lidmi vytváří negativní efekty. Muži hodnotili účinnost kursu v oblasti vytvoření „zdravých“ vztahů a vazeb ve třídě 100%.



Graf 9a. Seznámení s novými spolužáky – celkem (GO!)

Graf 9b. Seznámení s novými spolužáky – po jednotlivých ročnících (GO!)

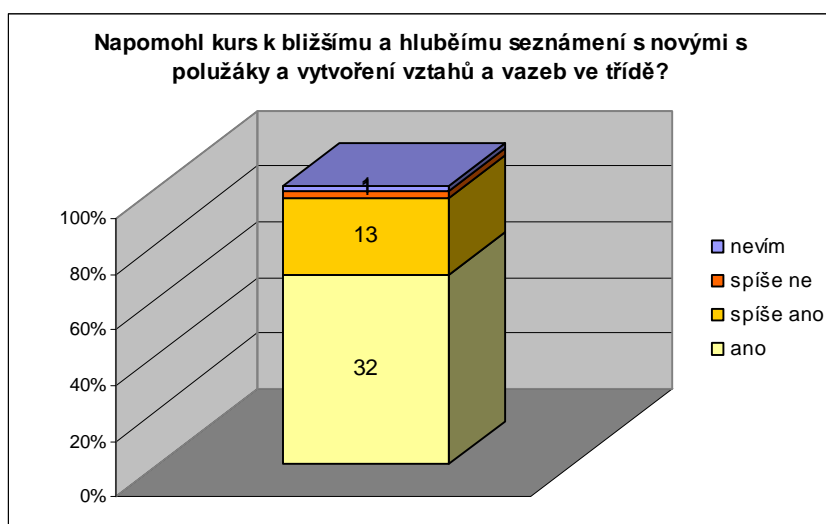


Graf 10a. Vytvoření vztahů a vazeb ve třídě – celkem (GO!)

Graf 10b. Vytvoření vztahů a vazeb ve třídě – po jednotlivých ročnících (GO!)

Výsledky výzkumu (Graf 11 a Tabulka 18) adaptačního kursu MOOS 2007 ukazují, že 96% (68% + 28%) dotázaných souhlasí, že kurs více či méně naplnil 1. a 3. cíl.

Účastníky na kursu oslovilo: seznámení, poznání („ve škole by to tak nešlo“), noví lidé (spolužáci), vzájemná spolupráce (Příloha 25).



Graf 11. Seznámení s novými spolužáky a vytvoření vztahů a vazeb ve třídě (MOOS 2007)

odpověď	počet odpovědí	procentní vyjádření
ano	32	68%
spíše ano	13	28%
spíše ne	1	2%
ne	0	0%
nevím	1	2%

Tabulka 18. Seznámení s novými spolužáky a vytvoření vztahů a vazeb ve třídě (MOOS 2007)

Grafy 12a a 12b představují pohled účastníků na přínos kursu v oblasti seznámení s třídním učitelem / učitelkou (cíl 2). Klíčovým faktorem je osoba třídního učitele. Výsledek tohoto cíle je týmem ovlivnitelný jen do té míry, do jaké je ochoten třídní učitel spolupracovat a komunikovat se studenty a týmem. Zapojení učitele do třídního kolektivu na kursech GO! se výrazně lišilo, na základě vlastní zkušenosti mohu ovšem potvrdit, že

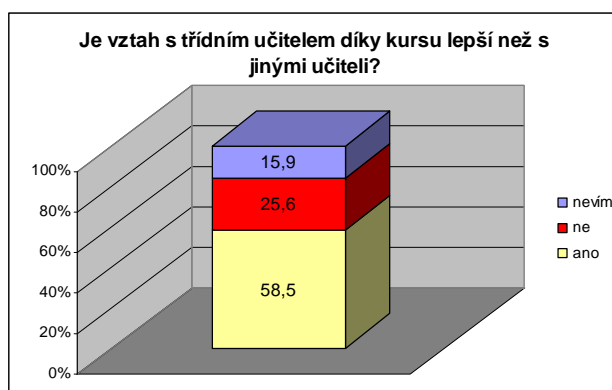
neplatí žádná úměra ve vztahu k věku třídního učitele. V některých případech je spolupráce s učitelem obtížná.

Z 58,5% byl tento cíl dle účastníků naplněn (Graf 12a), ovšem jednotlivé výsledky podle ročníků a pohlaví vykazují diametrální rozdíly (Graf 12b).

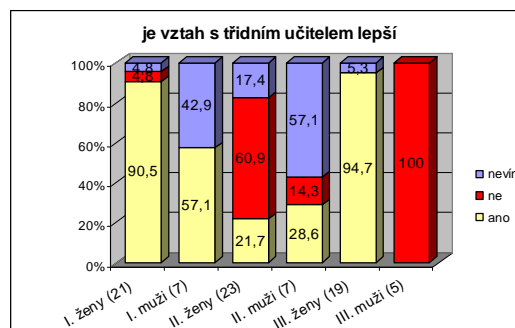
Třídní učitelka (věková skupina do 40 let) I. ročníku se na kursu do programu zapojovala se studenty komunikovala otevřeně. Negativně odpověděla jen jedna dívka, jejíž dotazník byl celkově výrazněji negativní než u ostatních dívek.

Zjištěné výsledku II. ročníku nemohu posoudit.

Učitelka III. ročníku (věková skupina nad 40 let) s chlapci na kursu příliš nekomunikovala. Vzhledem k vztahu a přístupu třídní učitelky k mužské části třídy na kursu GO! – negativní sloupec (muži) odráží vztahy, které kurs GO! nemohl ovlivnit.

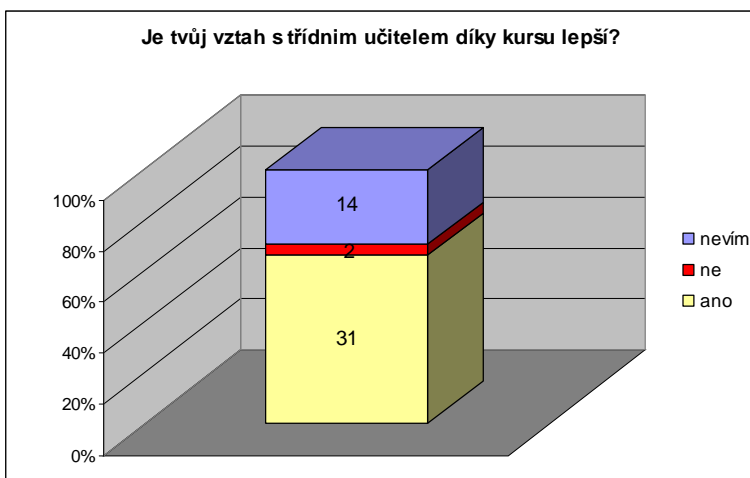


Graf 12a. Vztah s třídním učitelem – celkem (GO!)



Graf 12b. Vztah s třídním učitelem – podle ročníku a pohlaví (GO!)

Dle výsledků z kursu MOOS 2007 (Graf 13, Tabulka 19) je 66% dotázaných přesvědčeno o naplnění cíle 2. Velká část (30%) si není jista, jestli kurs napomohl vztahu žák – učitel. Obě zúčastněné třídní učitelky s účastníky na kursu komunikovaly a do značné míry se zapojovaly do realizace. Jejich přístup ke studentům byl pozitivní a otevřený.

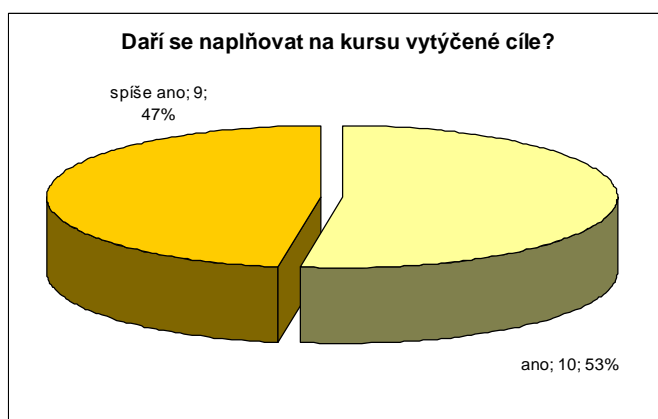


Graf 13. Vztah s třídním učitelem (MOOS 2007)

odpověď	počet odpovědí	procentní vyjádření
ano	31	66%
ne	2	4%
nevím	14	30%

Tabulka 19. Vztah s třídním učitelem (MOOS 2007)

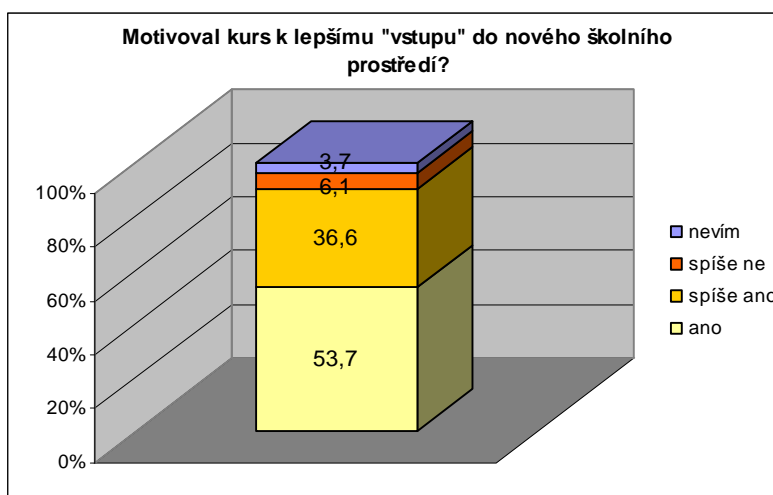
Dle grafu 14 je 53% realizátorů (členů Hnutí GO!) přesvědčeno o úspěchu při naplňování cílů adaptačních kursů a 49% realizátorů se domnívá, že do značné míry jsou cíle naplněny. Slabým místem naplňování cílů adaptačních kursů je cíl 2 (vztah třídní profesor – student).



Graf 14. Naplňování vytýčených cílů – realizátoři

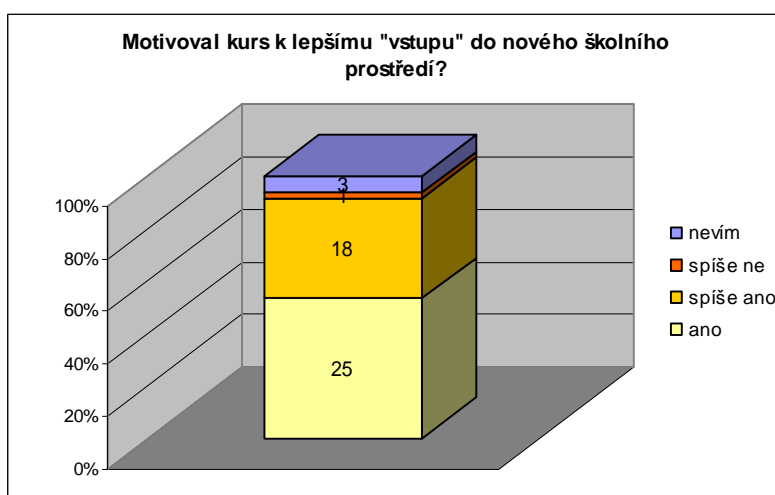
4.4.3 Naplnění podstaty incentivního cestovního ruchu

Pro 54% účastníků představoval kurs GO! prostředek k lepšímu vstupu do nového prostředí a 37% účastníků bylo kursem motivováno jen částečně (Graf 15). Důvodem lepšího přijímání nového prostředí byly již na kursu vytvořené netradiční vztahy mezi účastníky navzájem a jejich společné zážitky, které účastníkům vstup do nového prostředí zpříjemnily.



Graf 15. Motivace ke vstupu do nového školního prostředí (GO!)

Pro 53% dotazovaných účastníků kursu MOOS 2007 představoval kurs prostředek k lepšímu vstupu do nového neznámého prostředí, současně 38% dotazovaných se domnívá, že kurs jen částečně přispěl k lepšímu vstupu do nového prostředí (Graf 16).

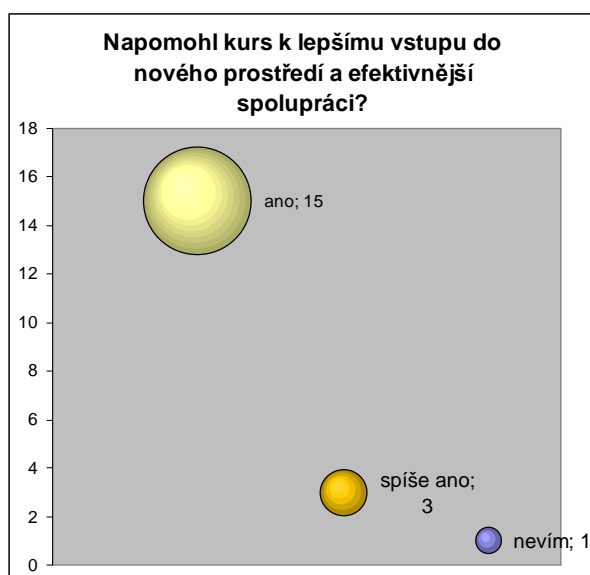


Graf 16. Motivace ke vstupu do nového školního prostředí (MOOS 2007)

odpověď	počet odpovědí	procentní vyjádření
ano	25	53%
spíše ano	18	38%
spíše ne	1	2%
ne	0	0%
nevím	3	6%

Tabulka 20. Motivace ke vstupu do nového školního prostředí (MOOS 2007)

Přínos adaptačních kursů jako prostředku motivace shledává 79% realizátorů (Graf 17). Motivační sílu adaptačních kursů členové týmu oproti skutečnosti přeceňují o více jak 25%. Ale i přesto nelze motivační sílu adaptačních kursů odepřít.



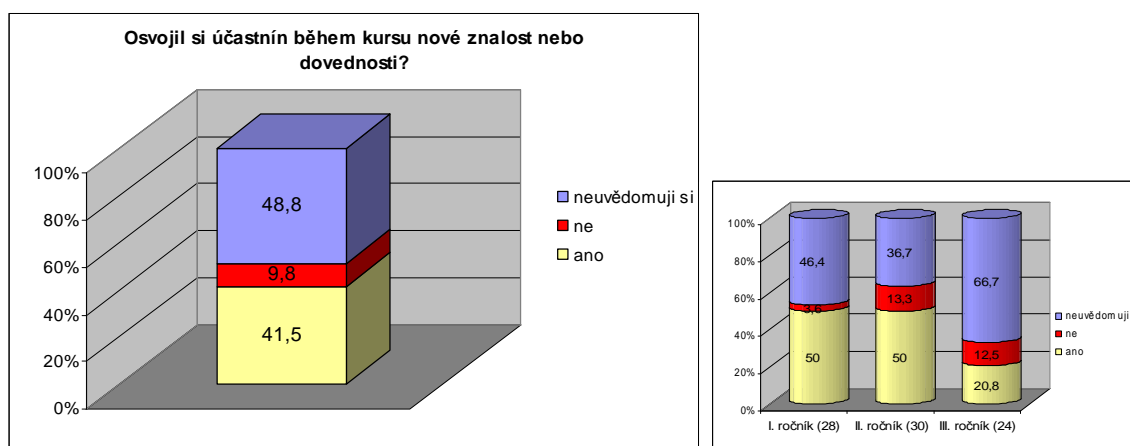
Graf 17. Vstup do nového prostředí a efektivnější spolupráce – realizátoři

Adaptační kursy rozvíjí tzv. třetí gramotnost (Hanuš, 2001): rozvoj vůdcovských schopností a dovedností, rozvoj flexibility a schopnost reagovat na procesy změny; schopnost vytvářet netradiční a originální způsoby řešení a inovace; rozvoj kreativity a rychlých reakcí; rozvoj osobnosti vůči stresu; rozvoj týmové spolupráce; komunikativní dovednosti; schopnost aktivní tvorby vlastního životního stylu.

Z Grafu 18a je patrné, že účastníci (48,8%) si plně neuvědomují přínos kursu GO! v oblasti nových znalostí, dovedností a schopností z oblasti „třetí gramotnosti“. Graf 18b naznačuje trend zapomínání v časovém horizontu od absolvování kursu GO!. Naopak

41,5% účastníků si je vědoma osvojení znalostí a dovedností v průběhu adaptačního kursu. Nejčastěji jmenovanou osvojenou znalostí je: 1. konkrétní aktivita nebo hra (většina respondentů), 2. všímavost k lidem kolem sebe a sblížení, 3. upřímnost, říct co cítí, svěřit se, 4. rozvoj komunikace ve skupině, 5. fyzická vytrvalost a výdrž, 6. kreativita a 7. překonání strachu, týmová práce, trpělivost, optimismus, důvěra, odvaha pustit se do různých situací.

Více optimistické je mínění realizátorů (Graf 20), 84% je přesvědčeno, že účastníci si během kursu osvojí nové znalosti, dovednosti nebo schopnosti.



Graf 18a. Osvojení nových znalostí nebo dovedností – celkem (GO!)

Graf 18b. Osvojení nových znalostí nebo dovedností – po jednotlivých ročnících (GO!)

Z Grafu 19 si 53 % dotazovaných neuvědomuje, že by v průběhu kursu MOOS 2007 nabyli nové znalosti a dovednosti, naopak 30 % dotazovaných si je vědomo, že si v průběhu kursu osvojili nějaké nové znalosti nebo dovednosti.

V případě kladné odpovědi na předcházející otázku dále respondenti upřesňovali čím jim byl kurs přínosem (řazeno sestupně): 1. komunikace s novými lidmi, 2. respekt (vůči spolužákům a učitelům). 3. projevit svůj názor v kolektivu, 4. důvěra, 5. kamarádství, 6. informace o nových spolužácích, 7. osvěžení dovedností (např. sportovní) a hry a zábavné aktivity .

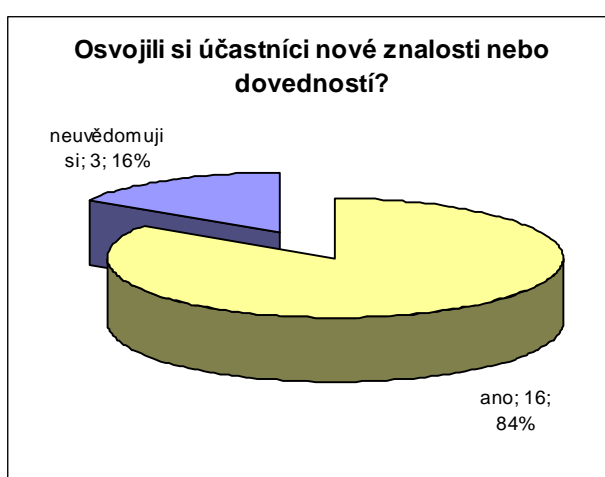


Graf 19. Osvojení nových znalostí nebo dovedností (MOOS 2007)

ano	14	30%
ne	8	17%
neuvědomuji si	25	53%

Tabulka 21. Osvojení nových znalostí nebo dovedností (MOOS 2007)

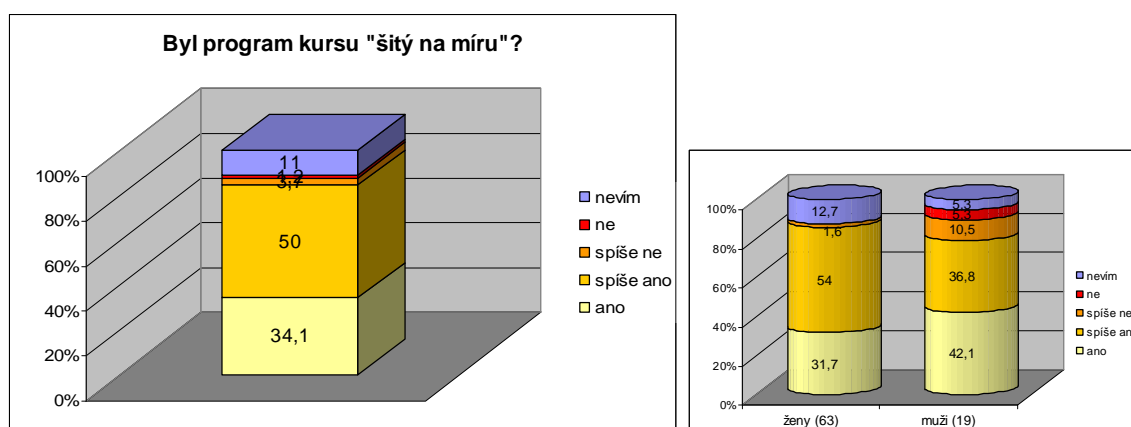
Z Grafu 20 je patrné, že 84% realizátorů si uvědomuje rozvoj tzv. třetí gramotnosti (Hanuš, 2001). Mezi realizátory jsou i čerství absolventi předešlých kursů (elévové), kteří se do problematiky adaptačních kursů dostávají. Tento fakt by vysvětloval 16% (3 osoby) vyslovených, kteří si neuvědomují, že by si účastníci v průběhu kursu osvojovali nové znalosti nebo dovednosti.



Graf 20. Osvojení nových znalostí nebo dovedností – realizátoři

Graf 21a znázorňuje vnímání programu celého kursu z pohledu účastníků (fyzická a psychická vyváženost, výběr a skladba aktivit, odpočinek, hlavní motiv). Z celkového počtu respondentů byla pro více jak 84% respondentů dramaturgie kursu přiměřeně „šitá na míru“. 5% respondentů (tj. 4 účastníci) bylo přesvědčeno, že jim program osobně spíše nevyhovoval. S podivem je, že více mužů než žen se vyslovalo negativně.

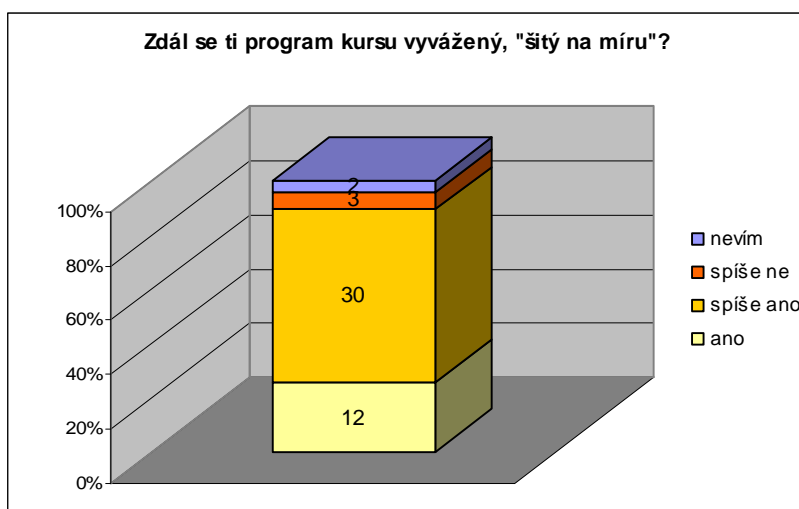
Nejčastějším důvodem (odpovědi spíše ano, spíše ne a ne) bylo málo odpočinku a celková náročnost kursu. Na druhou stranu jedním z přínosů kursů GO! je příprava účastníků zvládat náročné životní situace, například díky psychické a fyzické odolnosti a uvědomění si dolní hranice svých možností.



Graf 21a. Vyváženost programu – celkem (GO!)

Graf 21b. Vyváženost programu – podle pohlaví (GO!)

Na otázku zdali kombinace aktivit a odpočinku, výběr a skladba aktivit byla vážena, „šitá na míru“ odpovědělo 26% dotazovaných kladně a 64% dotazovaných odpovědělo, že program kursu byl spíše vyvážený, tj. 90% se vyslovalo pozitivně k vyváženosti kursu. Pro 6 % dotazovaných byl program kursu spíše nevyvážený a 2% dotazovaných si nebylo jisto vůbec.



Graf 22. Vyváženost programu (MOOS 2007)

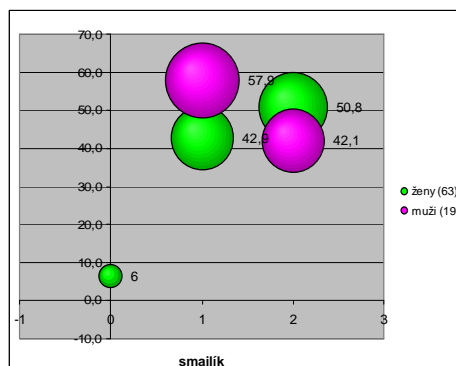
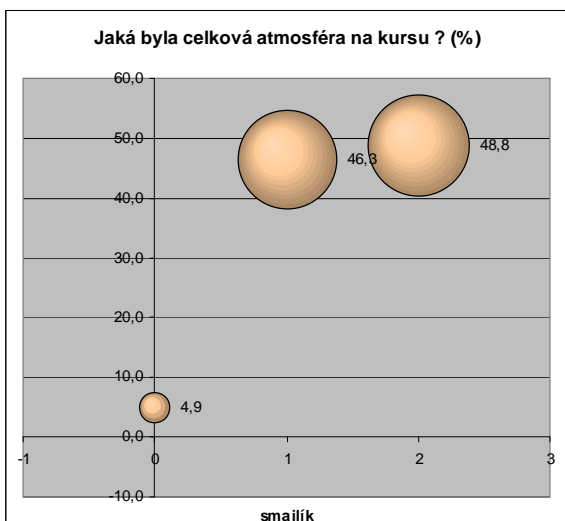
odpověď	počet odpovědí	procentní vyjádření
ano	12	26%
spíše ano	30	64%
spíše ne	3	6%
ne	0	0%
nevím	2	4%

Tabulka 22. Vyváženost programu (MOOS 2007)

Graf 23a představuje atmosféru kursů GO! vyjádřenou smajlíky (Obrázek 7). Celkem 5% respondentů je přesvědčeno, že atmosféra kursu byla „nulová“ (ani v kladu a ani v záporu – neutrální smajlík). Zbylých 95,1% respondentů považovalo atmosféru kursu celkově za pozitivní.



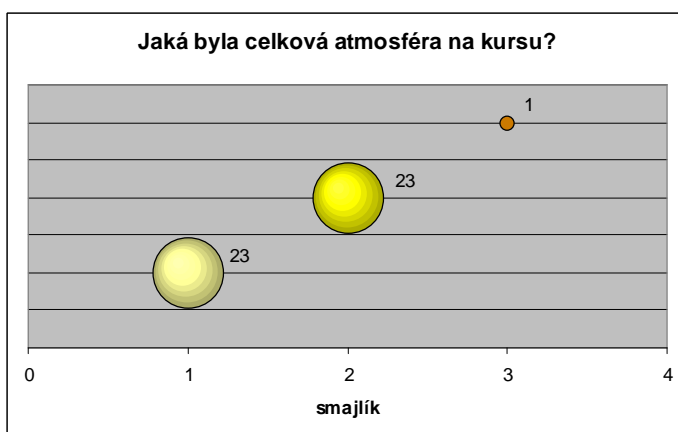
Obrázek 7. Stupnice – smajlíci



Graf 23a. Atmosféra na kursu – celkem (GO!)

Graf 23b. Atmosféra na kursu – podle pohlaví (GO!)

Atmosféru kursu MOOS 2007 hodnotili účastníci velmi pozitivně (Graf 24), naprosto shodně byla atmosféra hodnocena 1. a 2. smajlíkem (49% a 49%), „neutrálním“ smajlíkem hodnotil pouze jeden účastník.



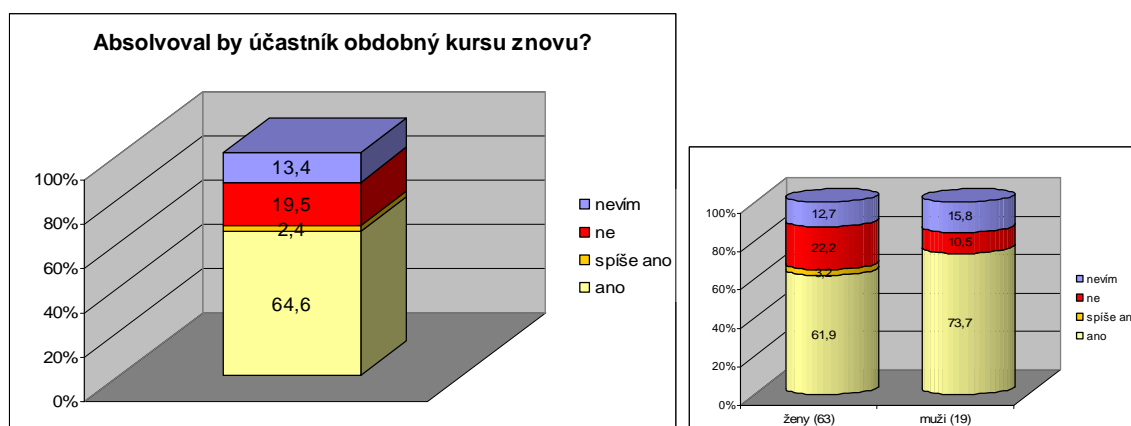
Graf 24. Atmosféra na kursu (MOOS 2007)

smajlík	počet smajlíků	procentní vyjádření
1	23	49%
2	23	49%
3	1	2%
4	0	0%
5	0	0%

Tabulka 23. Atmosféra na kursu (MOOS 2007)

Graf 25a znázorňuje zájem studentů absolvovat ještě jednou obdobný kurs. Většina negativně odpovídajících respondentů (16 respondentů, tj. 20%) odůvodnila, že by se jiného zážitkového kursu zúčastnili, ale nesměl by být tak náročný.

Vzhledem k celkové náročnosti kursu, mají menší zájem absolvovat obdobný kurs znovu (jednomyslné vyjádření pro ne) více ženy než muži (Graf 25b).



Graf 25a. Účast na obdobném kursu – celkem (GO!)

Graf 25b Účast na obdobném kursu – podle pohlaví(GO!)

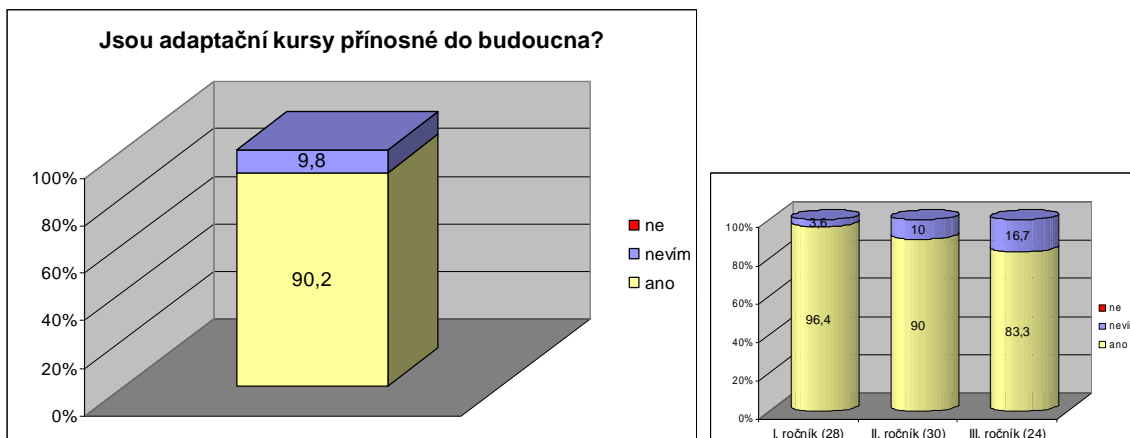
4.4.4 Přínos zážitkově pedagogických programů a adaptačních kursů

Většina účastníků kursů GO! (90%) (Graf 26a) a současně i většina dotázaných realizátorů (95%) (Graf 27) shledává v adaptačních kursech přínos do budoucna. Souhrn konkrétních skutečností, které realizátoři shledávají jako přínosy naznačuje Tabulka 23. Souhrn konkrétních skutečností, které oslovily účastníky kursu GO! jsou v příloze (Příloha 25).

Pro negativní přínos kursů GO! se nevyslovuje žádný respondent ani z řad realizátorů a ani účastníků, přestože někteří respondenti – účastníci kursu GO! v předešlých dimenzích hodnotili negativně.

Více nerozhodné ve vnímání přínosů kursů GO! jsou ženy (11% všech dotázaných žen), zatímco o přínosech kursů GO! se zcela jasně nevyslovilo jen 5% mužů.

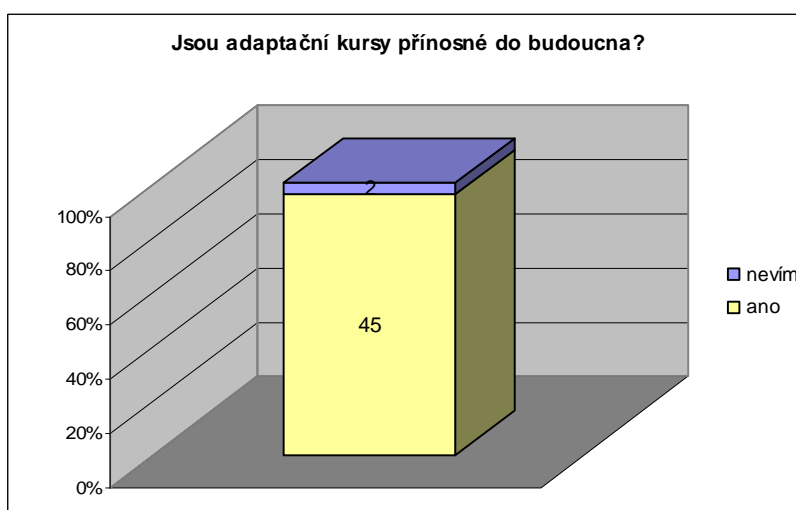
S odstupem času od účasti na kursech GO! klesá souhlas s přínosy adaptačních kursů (Graf 26b).



Graf 26a. Přínos kursů do budoucna – celkem (GO!)

Graf 26b. Přínos kursů do budoucna – podle ročníků (GO!)

Přínos adaptačních kursů shledalo 96% dotázaných z kursu MOOS 2007.

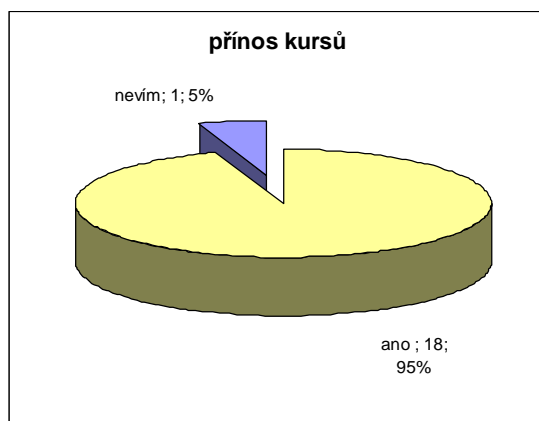


Graf 28. Přínos adaptačních kursů do budoucna (MOOS 2007)

odpověď	počet odpovědí	procentní vyjádření
ano	45	96%
ne	0	0%
nevím	2	4%

Tabulka 24. Přínos adaptačních kursů do budoucna (MOOS 2007)

Graf 27 napovídá, že naprostá většina (95%) realizátorů je přesvědčena o přínosech adaptačních kursů.



Graf 27. Vyjádření k přínosu adaptačních kursů – realizátoři

Přínos kursů GO! z pohledu realizátorů (řazeno sestupně)
sebepoznání, seberozvoj, seberealizace, překročení svého já (svých hranic)
spolupráce, komunikace
poznání ostatních jinak, seznámení, stmelení
poznání jiné možnosti trávení volného času
vyzkoušet si situace nanečisto, hraní rolí, řešení problémů
práce s nevědomím, vyjadřování pocitů
zapojení třídního
tolerance, otevřenost, společné zážitky, aktivity, změna klimatu ve škole

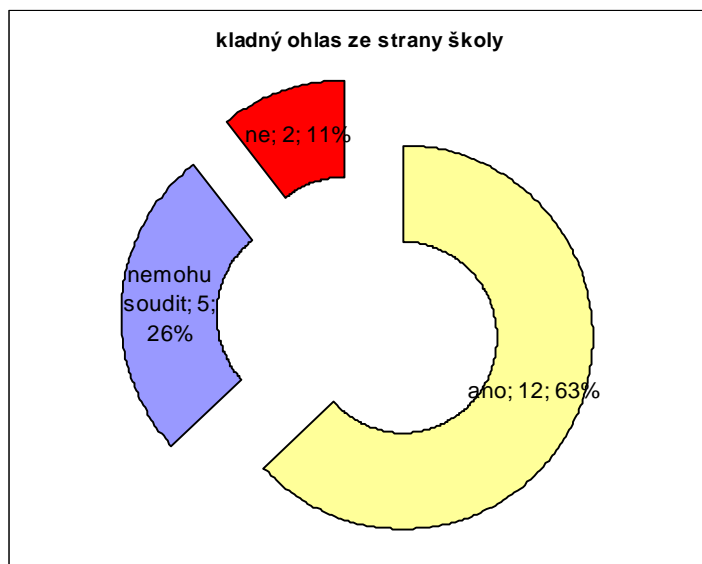
Tabulka 25. Přínosy z pohledu realizátorů

100% respondentů z řad realizátorů má zájem spolupracovat na obdobných kursech i do budoucna, přestože kursy GO! nejsou honorované. K tomuto rozhodnutí realizátory motivují dvě podstaty: „já“ a „oni“.

Já – 1. „baví mě to“ (tuto skutečnost přiznává více jak polovina realizátorů), 2. „realizace kursů GO! mě posouvá dál“.

Oni – 1. „má to smysl, je to prospěšné a důležité“, 2. „samotné účastníky to posouvá dál“

4.4.5 Odezva ze strany zadavatele



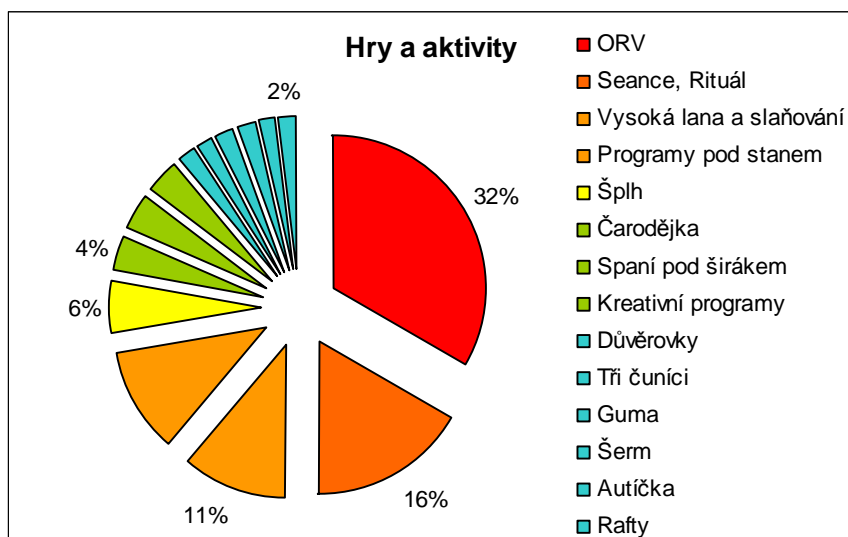
Graf 29. Ohlas ze strany zadavatele (školy) – realizátoři

Graf 29 představuje (dle realizátorů) zaznamenaný ohlas ze strany spolupracující školy a pedagogů. Ve větší míře se každý realizátor setkávají s kladnými ohlasy, ale i s menším počtem dílčích negativních ohlasů.

Dva respondenti zaznamenaly „jen“ negativní ohlas ze strany spolupracující školy. Oba respondenti jsou elévové, kteří studují na stejné škole. Negativní odpověď souvisí s vnímání situace právě na jejich škole. Bohužel narozdíl od svého předchůdce, nově zvolený ředitel neuznává přínos adaptačních kursů GO!. Dosavadní pozitivní přístup ke kursům GO! na této škole ze strany vedení stagnuje. Vývoj kursů GO!, jejich kvalita a přínos pro studenty a školu je na této škole tímto ohrožen.

Kurs MOOS 2007 byl pilotní kurs, na jehož základě se vedení školy dále rozhodovalo o realizaci kursu i v dalších letech. Po skončení kursu se dostávalo dle slov zástupce ředitele Ing. Marka Moudrého pozitivní reakce jak ze strany účastníků, ale i rodičů. Rozhodnutí o pokračování v kursech, které jsou dokonce plně hrazeny zadavatelem je samo o sobě pozitivní odezva ze strany vedení školy.

4.4.6 Vnímání aktivit ze strany respondentů



Graf 30. Vnímání aktivit adaptačních kursů ze strany respondentů

Z Grafu 30 vyplývá, že na prvním místě si účastníci zapamatují fyzicky náročné hry (tzv. ORV), zážitkově atraktivní aktivity (vysoká lana, slaňování, rafty), ale i aktivity, při kterých se svěřovali se svými pocity a zážitky (zpětnovazební aktivity – seance, rituál).

Rozložení odpovědí zkresluje skutečnost, že ne všechny aktivity byly uskutečněny ve všech skupinách dotazovaných respondentů.

Na kursu MOOS 2007 účastníky nejvíce oslovily aktivity:

- večerní dramaticko-kreativní bloky v zámecké konírně, které zaujali svou neopakovatelnou atmosférou
- Skladní golf v zapeklitém terénu s netradičními pomůckami
- Vavrdův memoriál (fyzicky náročnější aktivita)
- a dále Smyce, Pavučina, Indiánské feferonky (kontaktní a seznamovací aktivity)

4.4.7 Spokojenost se službami kursu MOOS 2007

Dotazovaní známkovali jednotlivé služby a lokalitu jako ve škole (1 – výborné, 5 – nedostatečné)

- Ø stravovací
- Ø ubytovací

- Ø programové - incentivní
- Ø lokalita (dotazováno 46 osob)

Stravování

Stravovací služby byly ohodnoceny v průměru známkou 3,191 (Graf 33). Nejpoužívanější hodnotou známky byla 3, 4 ale v nemalé míře i známka 5 (Graf 31a, 32).

Nejčastěji se účastníci, kteří stravu hodnotili známkou 4 a 5 vyjadřovali ve smyslu „nedalo se to jíst, bylo to hnusné a nechutnalo mi to“. Dotazovaní naráželi zejména na první oběd (smažený sýr), který byl v několika případech nedosmažený či ještě zmrzlý. Celkově byla strava energeticky nevhodná a množstevně nedostačující (nejčastěji smažená) a prostory určené pro přípravu jídel a stravování nevzbuzovaly uspokojivé pocity (nejen u účastníků). Řešení nespokojeností s neadekvátními službami řešil následně zadavatel, který služby nasmlouval.

Ubytování

Ubytovací služby taktéž účastníky nenadchly a průměrná známka 2,957 hovoří sama (Graf 33). Ve velmi vyrovnaném počtu byly naděleny nejvíce známky 2, 3 a 4 (Graf 31b, 32) (Příloha 22).

Účastníci byly ubytováni v dřevěných chatkách. Nespokojenost s ubytováním byla zejména v souvislosti se zimou a nečistotou chatek. Současně negativně ovlivnilo hodnocení ubytování stav sociálních zařízení. Nespokojenost je možné do určité míry shledávat taktéž v rodinných zvyklostech (dle Ing. Marka Moudrého).

Lokalita

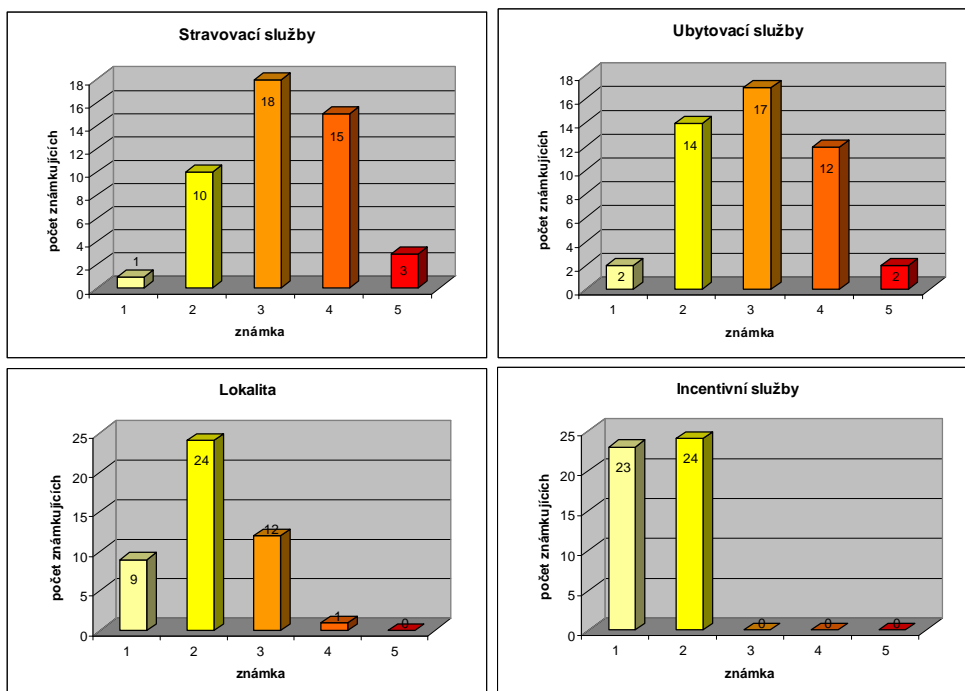
Lokalita zaznamenala průměrnou známku 2,109 (Graf 33) (Příloha 16).

Lokalita dotazované z většiny nezaujala, podstatou nespokojenosti s lokalitou byla právě znalost dané lokality (vyhlášený regionální letní resort pro obyvatele Prostějova. Tato lokalita je tedy nemohla ničím nadchnout („nic moc“), překvapit a dovolit odpoutat od reality.

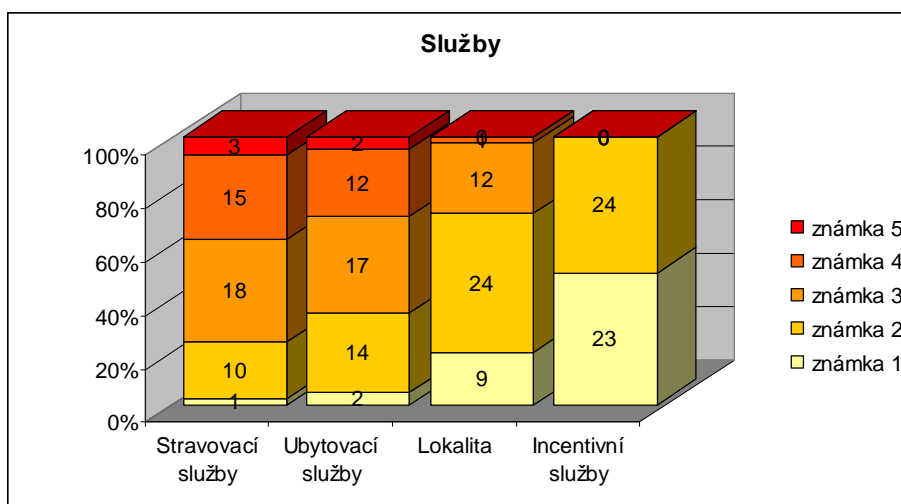
Incentivní služby

Služby tvořící podstatu adaptačního kursu byly hodnoceny velmi těsně nejčastěji známkou 1 a 2 (Graf 31d, 32). Průměrná hodnota byla 1,511 (Graf 33).

V souvislosti s těmito službami byla nespokojenost spíše s jednotlivými aktivitami, která byla komentována výmluvnými slovy ve smyslu „moc náročné“, přesto pozornější respondenti uznali, že náročnost vyplynula spíše z faktu: „nedokázali jsme se domluvit“. Nepříznivé hodnocení ovlivnilo zejména počasí: déšť a chladno. V hodnocení co účastníky nejvíce oslovilo zaznělo: „lektori a jejich přístup k žákům“.



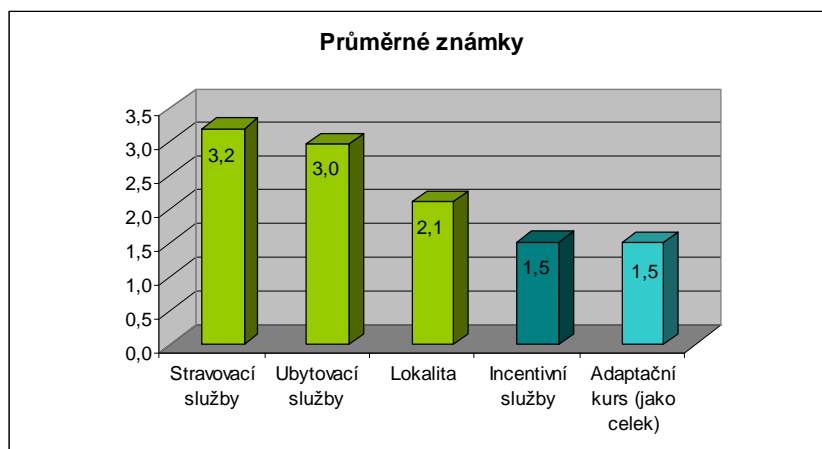
Graf 31a, b, c, d. Hodnocení jednotlivých služeb a lokality (MOOS 2007)



Graf 32. Poměry jednotlivých známek služeb a lokality (MOOS 2007)

	Stravovací služby	Ubytovací služby	Lokalita	Incentivní služby
známka	počet známek			
1	1	2	9	23
2	10	14	24	24
3	18	17	12	0
4	15	12	1	0
5	3	2	0	0
průměrná známka	3,191	2,957	2,109	1,511

Tabulka 26. Hodnocení jednotlivých služeb a lokality MOOS 2007)



Graf 33. Průměrné známky služeb, lokality a kursu jako celku (MOOS 2007)

Velmi zajímavým výstupem z dotazníků je závěrečné hodnocení, které představovalo ohodnocení kursu jako celku (tj. všechny služby, lokalita, počasí, atmosféra a jiné). Průměrná známka tohoto hodnocení byla 1,5.

4.4.8 Závěr vlastního výzkumu

Hypotéza 1:

Z vyhodnocení konkrétního produktu incentivního cestovního ruchu – adaptačních kursů – v souladu s hypotézou vyplývá, že incentivní program je prostředek pro naplnění cílů.

Na základě výzkumu mohu říct, že cíle adaptačních kursů byly alespoň z části naplněny (viz kapitola 4.4.3).

Účastníci se prostřednictvím adaptačních kursů seznámili rychleji a lépe než v běžném školním prostředí v průběhu prvního školního týdne.

Doba společně strávena na adaptačním kursu iniciovala rychlé, efektivní a komplexní vytvoření „zdravých“ neformálních vztahů a vazeb ve třídě.

Slabým místem byl vztah student a třídní profesor. Adaptační kursy umožnily hlubší seznámení s třídním profesorem. Přesto realizační tým nebyl do jisté míry schopen vztah žák třídní profesor ovlivnit, pokud o to třídní profesor nejevil zájem.

Dále je již otázkou času a přístupu třídního kolektivu jak naloží s tím, co bylo na kursu započato a je pouze v silách jednotlivců udržovat v rámci třídního kolektivu dobré vztahy.

Hypotéza 2 a Hypotéza 3:

Hlubší diagnostika potvrdila hypotézy – tzn. incentivní program přináší pozitivní přínosy všem zainteresovaným stranám.

Na základě celkového hodnocení konkrétního produktu incentivního cestovního ruchu – adaptačních kursů – účastníky vyvozují, že účastníci vnímají adaptační kurs ve všech sledovaných dimenzích pozitivně: přínosy ve vztahu k stanoveným cílům, přínosy v rovině účastníka jednotlivce, motivace ke vstupu do nového prostředí, příprava program „na míru“, atmosféra kursu, absolvování obdobného kursu a celkový přínos kursů pro mládež. Pozitivním výsledkem je i kladný ohlas ze strany respondentů, se kterým se realizátoři adaptačních kursů setkávají.

Výsledky výzkumu s realizátory adaptačních kursů potvrdily, že současně i spolupracující školy, které na incentivní programy přistoupily, hodnotily tyto programy – adaptační kursy – pozitivně, a proto jsou realizovány každoročně další adaptační kursy a jiné kursy a programy. Samotný fakt, že SOŠ podnikání a obchodu v Prostějově i přes značnou finanční náročnost (v rozmezí desítek tisíc Kč) má zájem na konání dalších ročníků adaptačních kursů je jistý ukazatel vnímání pozitivních přínosů kursů. Vedení školy SOŠ podnikání a obchodu v Prostějově bylo příjemně překvapeno velmi pozitivním ohlasem ze strany účastníků a dokonce i jejich rodičů. Současně dále dochází k navazování spolupráce mezi Hnutím GO! a dalšími školami, které mají zájem o realizaci Projektu GO! (tj. i adaptačních kursů).

Incentivní cestovní ruch přináší pozitivní výsledky pro zadavatele, který má o incentivu zájem a uznává její přínos.

Hypotéza 4:

Dlouhodobé vnímání a efektivita působení aktivit na respondenty je podmíněna intenzitou zážitků.

Zjištěné výstupy potvrzují hypotézu, že po časovém odstupu (1 měsíc až 2 roky) si účastníci adaptačního kursu nejčastěji zapamatovali stěžejní aktivity a hry, při kterých byly vystaveni vyšší fyzické a psychické zátěži a atraktivní aktivity. Pozoruhodná je skutečnost, že mezi žebříček nejčastěji zapamatovaných aktivit se dostaly i aktivity, při kterých sdělovali účastníci své emoce a analyzovali své zážitky s celou skupinou. Tyto aktivity představují pro účastníky jistou dávku psychické a emocionální zátěže, ale díky své pravidelnosti jsem neočekávala tak silný efekt ve vnímání těchto aktivit účastníky kursů. Ale pokud si účastníci tyto aktivity uvědomili a naučili se pracovat s vlastní podstatou, splňuje adaptační kurs své poslání (prostředek k uvědomění). Bohužel jsou výsledky hypotézy zkresleny, protože ne všechny aktivity byly uskutečněny ve všech skupinách dotazovaných respondentů.

Hypotéza 5:

Ubytování, stravování a doprava jsou nedílnou součástí produktu incentivního cestovního ruchu. Pro daný segment a cíl kursu je třeba zvolit adekvátní úroveň služeb. Dle poznatků z kursu MOOS 2007 nemusí být poskytované služby vždy uspokojivé a mohou zaznamenávat nějaké nedostatky. Ze zjištěných výstupů hodnocení kursu jako celek je patrná průměrná známka tohoto hodnocení 1,5, která je totožná s průměrnou známkou za incentivní služby. Nabízí se dvě možná vysvětlení:

1. dotazovaní i přes negativní hodnocení dílčích základních služeb pochopili podstatu adaptačního kursu a soustředili se v hodnocení na samotnou podstatu kursu, kterou byly determinující služby a přenesly svou spokojenost s determinujícími službami na celkovou spokojenost. Závěrem by tedy mohl být výrok, že kvalita základních služeb (jsou-li voleny adekvátně) a estetická kvalita lokality nedokáží zásadním způsobem ovlivnit výsledné hodnocení kursu. Dotazovaní se zaměřují v hodnocení především na programovou složku, která tak zásadně ovlivní celé vnímání kursu.

2. dotazovaní nepochopili co je myšleno pod slovy „kurs jako celek“ (a pojímali toto hodnocení jako Incentivní služby).

Naplnění podstaty incentivního programu:

- Individuální příprava programu na míru
- Poznání, vzdělání, získání nových zkušeností, schopností či zručnosti
- Motivace

Dotazníkové šetření s účastníky adaptačního kuru poukazuje, že většina účastníků vnímala program jako „šitý na míru“ a současně účastníci přiznali, že díky kursu GO! byli motivováni k vstupu do nového prostředí.

V menší míře si účastníci adaptačního kursu uvědomují přínos kursu v oblasti osvojení nových znalostí, dovedností a schopností.

Celkově byl přínos incentivního programu pro mládež – konkrétně adaptačního kursu – který je založen na zážitkové metodě (obdoba teambuildingového programu pro firmy) vnímán účastníky velmi pozitivně.

5 Závěr

„Incentiva je moderní slovo, které se dobře prodává, ale nikdo neví co to vlastně je.“

Má-li být budoucnost České republiky v rozvoji nových forem cestovního ruchu, tj. i incentivním cestovním ruchem, musí být podniknuty kroky ke sjednocení doposud nejasného pojmu „incentivní cestovní ruch“. V současné době existují dle různých autorů různá vymezení a pojetí tohoto pojmu, které ne vždy mají stejnou podstatu. Spojení na jedné straně stimulačního „cestování za odměnu“ a na druhé motivačního „teambuildingu“ k nejednotnosti vymezení incentivního cestovního ruchu nahrává. Negativní skutečností je, že incentivní cestovní ruch není samostatně podchycen statisticky. Obor kongresové a incentivní turistiky v CzechTourism statisticky vyhodnocuje obě formy dohromady, přičemž je kongresový cestovní ruch upřednostňován a incentivní cestovní ruch je chápán spíše jako doplněk kongresových akcí. Rozvoj incentivního a zejména motivačního cestovního ruchu v České republice ve sféře firem omezuje do jisté míry nezveřejňované zkoumání vlivů a účinků, kdy specializované firmy přísně střeží své know-how.

Motivační a stimulační programy se orientují na přínosy. Zadavatel využívá motivační cestovní ruch za předpokladu, že je seznámen s podstatou motivačních programů a umí přínosy motivačního efektu využít. České firmy, ale i školy doposud neznají možnosti motivačního cestovního ruchu a neumí efektně s motivačními programy například pro vlastní zaměstnance pracovat. K tomu, aby byl motivační cestovní ruch na domácím trhu rozšířen musí firmy – zadavatelé pochopit přínos incentivy. Pochopení ze strany škol naráží na neinformovanost a nepublikování odborných textů, které by přibližovaly skutečnosti problematiky.

Motivační cestovní ruch není orientovaná na segmenty a segment mládeže je z hlediska cestovního ruchu opomíjený vzhledem k minimální ziskovosti. Využití komerčních služeb znemožňuje neexistence jiných způsobů financování. Zde lze spatřovat souvislost s podceňováním a neuznáváním přínosů alternativních forem výchovy a vzdělávání.

Spojení zážitkové pedagogiky a cestovního ruchu vnáší cestovnímu ruchu další dimenzi, kdy nejde jen o to mít zážitky, ale umět tyto zážitky maximálně zužitkovat. V České republice je zážitková metoda, užívaná pro motivační programy, na vysoké úrovni a současně nachází stále více oblastí, kde může být aplikována (cestovní ruch,

animace, terapie, řízení lidských zdrojů, marketing a další). Velký význam má metoda pro mládež v situaci, kdy nabízí východiska např. k hledání životního stylu, životních cílů, uvědomění si sebe sama ve společnosti, podporování komunikace a především nalezení jiných způsobů trávení volného času. Motivační cestovní ruch je tak účinným a atraktivním způsobem jak na mládež působit a současně jak zajistit přínosy všem zúčastněným stranám. V segmentu mládeže mohou organizace díky motivačním programům a kursům ovlivnit trávení volného času, čímž zároveň modelují budoucí spotřební chování – proces vytváření potenciálního zákazníka cestovního ruchu.

Práce může posloužit jako první krok k vnímání mládeže jako specifického segmentu incentivního cestovního ruchu a zároveň jako podklad pro hlubší zpracování.

5.1 Summary

„Incentive is modern well-sold word but nobody knows what does it mean.“

Incentive tourism is construed in various ways in Czech Republic therefore for better perspective the term should be united. Disunion is caused by integration of two tendencies „travelling as a reward“ and „teambuilding“.

Comprehension of „school activities“ such as incentive tourism within framework of youth segment and attitude towards them in terms of tourism do not find out its position so far.

Absence of influence and effect investigation incentive activities for Czech environment limits the using and progress of incentive tourism in Czech Republic. At the present time is available the research of project „Dokážu to?“ made in 2004 which offer overview of contribution to the alternative education and training within framework of youth segment. In general no statistics analyze separately incentive tourism in Czech Republic. There are no statistics of „school activities“ within framework of youth segment as well.

Czech companies and schools have not recognize the possibilities and the contribution of incentive programs and have not work with incentive so far.

Incentive tourism does not specialize in segments and youth segment is in terms of tourism neglected in relation to low-profitability. The use of commercial services is limited by absence of any other financial resources.

Within framework of youth segment may organizers influence spending leisure time and stimulate future consumption demand – generate prospective consumer.

6 Použitá literatura

- Adventura. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-18-3]. Dostupné z:
<<http://www.adventura.cz>>
- Attl, P., Nejd, K. (2004). *Turismus I*. Praha: VŠH.
- Boučková, J. a kolektiv. (2003). *Marketing*. Praha: C. H. Beck.
- CCL-conference Czechoslovakia. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-3-3].
Dostupné z: <<http://www.ccl.cz>>
- CoJeCo. (2008). *Incentiva* [online]. [cit.2008-14-3]. Dostupné z:
<http://www.cojeco.cz/index.php?detail=1&id_desc=38257&s_lang=2&title=incentiva>
- Collin, P. H. (1999). *Dictionary of hotels, tourism and catering management*. Teddington: Peter Collin publishing.
- Companatour. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-3-3]. Dostupné z:
<<http://www.incentiv.cz>>.
- C.O.T. (1999). *Kongresová a incentivní turistika*. Č.5, str 7-13. Praha.
- C.O.T. (2002). *Mohou za ten zmatek MYŠI?* [online]. Poslední revize 03.04.2002
[cit.2006-3-3]. Dostupné z:
<<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=291>>
- C.O.T. (2005). *Co neprožiješ, nepoznáš!* [online]. Poslední revize 03.11.2005 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=5395>>
- CzechTourism. (2004). *Máme za sebou 15 měsíců* [online]. Poslední revize 15.03.2004
[cit.2006-16-3]. Dostupné z: <<http://www.czechtourism.cz/?show=023143>>
- Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.
- Čertík, M. a kolektiv. (2001). *Cestovní ruch – vývoj, organizace řízení*. Praha: OFF. 213-249.
- Česká centrála cestovního ruchu. (2008). *Cestovní ruch na počátku 21. století*. [2008-3-8].
Dostupné: <http://www.cot.cz/data/cesky/00_05/5_stat_1.htm>
- Česká rada dětí a mládeže. (2006 a). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-15-3].
Dostupné z: <<http://www.crdm.cz>>
- Český statistický úřad. (2007). *Statistická ročenka České republiky 2006* [online].
Poslední revize: 1.3.2007. [cit.2008-3-23]. Dostupné z:

<<http://www.pardubice.czso.cz/csu/2006edicniplan.nsf/kapitola/10n1-06-2006-2100>>

„Dokážu to?“. (2005). *Promotion materiály* [online]. [cit.2005-12-12]. Dostupné z:

<<http://www.dokazuto.cz>>

Drobná, D., Morávková, E. (2004). *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna.

Nejdl, K., Mourek, D. (2000). *Časopis Ekonom č. 10. Příloha: Kongresová a incentivní turistika*. ročník XLIV.

Europeak. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-3-3]. Dostupné z:

<<http://www.europeak.cz>>.

Franc, D., Zounková, D., Martin, A. (2007). *Učení zážitkem a hrou (praktická příručka instruktora)*. Brno: Computer Press.

Francová, E. (2003). *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta.

Frey, P. (2005). *Marketingové komunikace: nové trendy a jejich využití*. Praha: Management Press.

Fronek, J. (1999). *Anglicko-český a česko-anglický slovník*. Praha: Leda.

G1. Prázdninová škola Lipnice. (2004 a). *Gymnasion : časopis pro zážitkovou pedagogiku. Učení zážitkem*. č 1, jaro 2004. Staré Město: Agentura NP. Vychází dvakrát ročně.

G2. Prázdninová škola Lipnice. (2004 b). *Gymnasion : časopis pro zážitkovou pedagogiku. Integrace*. č 2, podzim 2004. Staré Město: Agentura NP. Vychází dvakrát ročně.

G3. Prázdninová škola Lipnice. (2005 a). *Gymnasion : časopis pro zážitkovou pedagogiku. Dobrodružství*. č 3, jaro 2005. Staré Město: Agentura NP. Vychází dvakrát ročně.

G4. Prázdninová škola Lipnice. (2005 b). *Gymnasion : časopis pro zážitkovou pedagogiku. Erós*. č 4, podzim 2005. Staré Město: Agentura NP. Vychází dvakrát ročně.

G5. Prázdninová škola Lipnice – Outward Bound ČR. (2006 a). *Gymnasion : časopis pro zážitkovou pedagogiku. Tvořivost*. č 5, jaro 2006. Staré Město: Agentura NP. Vychází dvakrát ročně.

- G6. Prázdninová škola Lipnice – Outward Bound ČR. (2006 b). *Gymnasion : časopis pro zážitkovou pedagogiku. Hra.* č 6, podzim 2006. Staré Město: Agentura NP. Vychází dvakrát ročně.
- G7. Prázdninová škola Lipnice – Outward Bound ČR. (2007 a). *Gymnasion : časopis pro zážitkovou pedagogiku. Prázdninová škola Lipnice.* č 7, jaro 2007. Staré Město: Agentura NP. Vychází dvakrát ročně.
- G8. Prázdninová škola Lipnice – Outward Bound ČR. (2007 b). *Gymnasion : časopis pro zážitkovou pedagogiku. Příroda.* č 8, podzim 2007. Staré Město: Agentura NP. Vychází dvakrát ročně.
- Geodézie ČS. (2003). *Atlas 1:100000 Česká republika.* Praha: Geodézie ČS.
- Guarant Ltd. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-18-3]. Dostupné z: <http://www.guarant.cz>
- Gúčík, M. a kolektiv. (2004). *Krátký slovník cestovného ruchu a hotelierstva.* Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu. 81, 79.
- Gymnázium Jana Keplera. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-18-3]. Dostupné z: <http://www.vertigosports.cz/2.php>
- Hanuš, R., Hrkal, J. (1999). *Lanové překážky a lanové dráhy.* Olomouc: Hanex.
- Hanuš, R. (2002). *Zážitková pedagogika ve školní praxi – Hnutí GO!* [online]. Poslední revize 16.7.2002. [cit.2008-3-9]. Dostupné z: <http://ucitelskelisty.ceskaskola.cz/Ucitelskelisty/Ar.asp?ARI=100676&CAI=2149>
- Hanuš, R. (2001). *Třetí gramotnost.* Šumperk, konference Vyšší odborná škola s Střední průmyslová škola Šumperk – Intech 2001.
- Hanuš, R. (2003). *Dramaturgie.* Olomouc. Vzdělávací seminář Hnutí GO!.
- Hartl, P. (1993). *Psychologický slovník.* Praha: Budka.
- Hesková, M. (1997). *Cestovní ruch.* Jindřichův Hradec: Fakulta managementu Jihočeská univerzita.
- Hesková, M. a kol. (2006). *Cestovní ruch.* Praha: Fortuna.
- Hesková, M. a kol. (2003). *Marketing.* České Budějovice: Jihočeská univerzita.
- Hladký, R., Štefl, K. (2005). *Hra.* Brno. Vzdělávací seminář Hnutí GO!
- Hnutí GO!. *Závěrečné zprávy kursů GO! 1997 – 2004 – nepublikované texty.* Olomouc.
- Hnutí GO!. (2003). *Psychologické základy.* Olomouc. Vzdělávací seminář Hnutí GO!
- Hnutí GO!. (2004a). *Zpětná vazba.* Olomouc. Vzdělávací seminář Hnutí GO!
- Hnutí GO!. (2004b). *Skupinová dynamika.* Olomouc Vzdělávací seminář Hnutí GO!
- Hnutí GO!. (2004c). *Motivace.* Olomouc. Vzdělávací seminář Hnutí GO!

- Hnutí GO!. (2005). *Promotion materiály* [online]. [cit.2005-10-11]. Dostupné z:
<http://www.hnutí-go.cz>
- Hnutí GO!. (2007). *Historie Hnutí GO!*. Olomouc. Vzdělávací seminář Hnutí GO!
- Hnutí GO!. (2008a). *Prameny*. Vzdělávací seminář Hnutí GO!
- Hnutí GO!. (2008b). *Risk management*. Brno. Vzdělávací seminář Hnutí GO!
- Hocek, J. (2008). *Incentivní programy na míru. Personál - Časopis pro rozvoj lidských zdrojů* [online]. [cit.2008-12-3]. Dostupné z: <<http://personal.jobs.cz/text/article/121/>>
- Holec, O., a kol. (1994). *Insruktorský slabikář*. Praha: Prázdninová škola Lipnice, Nadace ROS.
- Hora, P., a kol. (1984). *Prázdniny se šlehačkou*. Praha: Mladá fronta.
- Horáková, H., Boučková, J. a kol. (1999). *Základy marketingu*. Praha: Vysoká škola ekonomická.
- Horner, S. Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stavování, využití volného času – aplikovaný marketing služeb*. Praha:Grada.
- Hrkal, J., Hanuš, R. (1998). *Zlatý fond her II*. Praha: Portál.
- Incoming & Incentive Tours. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-3-3].
Dostupné z: <<http://www.iitours.cz>>.
- Indrová, J. a kolektiv. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, Katedra cestovního ruchu: Oeconomica
- Investopedia. (2008). *Long-Term Incentive Plan* [online]. [cit.2008-15-3]. Dostupné z:
<http://www.investopedia.com/terms/l/long_term_incentive-plan.asp>
- Jelínek, L. a kolektiv (Jelínek, L., Attl, P., Vacho, R., Frenkel, J., Motlík, J., Třešňáková, L., Pavlík, L.). (2008). *Event marketing MICE pro střední management* [online]. [cit.2008-15-3]. Dostupné z:
<http://www.edenhotels.cz/dokumenty/PLAZA_EVENT_MM.pdf>
- Kolektiv autorů. (1998). *Francouzsko-český česko-francouzský slovník*. Olomouc: FIN Publishing.
- Kolektiv autorů. (1997). *Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích*. Praha: Nakladatelství dům OP.
- Kolektiv autorů. (2000). *Universum všeobecná encyklopedie CH – Kn*. Praha: Odeon.
- Kolektiv autorů. (2001). *Služby a cestovní ruch*. Bratislava: Sprint.
- Kolektiv autorů. (2003). *Ottova všeobecná encyklopedie ve dvou svazcích A-L*. Praha: Ottovo nakladatelství.

- Kutý, J., Štěpán, J. (2007). *Bezpečnost mimoškolní práce s kolektivy dětí a mládeže (metodická příručka Sdružení Mladých ochránců přírody)*. Praha: Sdružení Mladých ochránců přírody ČSOP.
- Lyer, S. (1991). *Francouzsko-český slovník*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- Malá, V. (1999). *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, Katedra cestovního ruchu.
- Malá, V. a kolektiv. (2002). *Základy cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, Katedra cestovního ruchu.
- Másilka, D. (2003). *Zážitková pedagogika*. Diplomová práce. Olomouc: Univerzita Palackého Fakulta tělesné kultury.
- Mlynková, K. (1997). *Motivačný alebo stimulačný cestovný ruch?*. In Ekonomická revue. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, ročník 30, č.2, 51-57.
- Ministerstvo pro místní rozvoj. (2008). *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013* [online]. [cit.2008-08-3]. Dostupné z: http://old.mmr.cz/upload/files/cestovni_ruch/III_Koncepce_7.11.07.pdf
- MOOS. (2007). *Závěrečná zpráva – nepublikovaný text*. Prostějov
- Morrison, A. M. (1995). *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria publishing.
- Němčanský, M. (1999). *Odvětví cestovního ruchu, vybrané kapitoly II. díl*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta.
- Neuman, J. (1998). *Dobrodružné hry a cvičení v přírodě*. Praha: Portál
- Nicholas, S. (1998). *Velký americko-český slovník*. Čelákovice: WD publications.
- Novacká, L., a kolektiv. (2004). *Technika v cestovnom ruchu*. Bratislava: Ekonóm.
- Online Encyclopedia. (2006). *Incendiarism* [online]. [cit.2006-15-2]. Dostupné z: http://encyclopedia.jrank.org/I27_INV/INCENDIARISM_Lat_incendere_to_s.html
- Orieška, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.
- Orieška, J. (2003). *Animácia v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela Ekonomická fakulta.
- Outward Bound. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-18-3]. Dostupné z: <http://www.outwardbound.net>
- Outward Bound – Česká cesta. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-18-3]. Dostupné z: <http://www.ceskacesta.cz>
- Parmová D. (2003). *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta.

- Pásková, M., Zelenka, J. (2002). *Cestovní ruch: výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Pávková, J., Hájek, B., Hofbauer, B., Hrdličková V., Pavlíková, A. (2002). *Pedagogika volného času : teorie, praxe a perspektivy výchovy mimo vyučování a zařízení volného času*. Praha: Portál.
- Prázdninová škola Lipnice. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-18-3].
Dostupné z: <<http://www.psl.cz>>
- Pražák, M., Novotný F., Sedláček, J. (1955). *Latinsko-český slovník A-K*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- Projekt outdoor o.s.(2004). *Promotion materiály*. Olomouc.
- Project Outdoor s.r.o. (2007). *Promotion materiály*. [online]. [cit.2007-12-12]. Dostupné z: <<http://www.projectoutdoor.cz/>>
- Project Outdoor s.r.o. (2008). *Metodický manuál k semináři Řízení rizik v zážitkovém vzdělávání*. Olomouc.
- Průcha, J., Walterová, E., Mareš, J. (1995). *Pedagogický slovník*. Praha: Portál.
- Průcha a kolektiv. (2003). *Pedagogický slovník*. Praha: Portál.
- Rosendorfský, J. (2000). *Italsko-český slovník*. Praha: ICK – Ráček.
- SITE. (2006). *Definition of Incentive Travel* [online]. [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.site-intl.org/about/mission.cfm>>
- Sysel, J. (2003 a). *Kongresová turistika* [online]. Poslední revize 25.07.2005 [cit.2005-12-10]. Dostupné z: < <http://www.cestovni-ruch.cz/skolstvi/kongrescr.php>>
- Sysel, J. (2003 b). *Incentivní turistika* [online]. Poslední revize 30.05.2006 [cit.2005-12-10]. Dostupné z: < <http://www.cestovni-ruch.cz/skolstvi/incentivacr.php>>
- Šindler, P. (2003). *Event marketing : jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Praha: Grada Publishing.
- Štefl, K. (2004). *Zpětná vazba*. Olomouc. Vzdělávací seminář Hnutí GO!.
- Štyrský, J. (2005). *Moderní a konkurenceschopný cestovní ruch*. Praha: C.O.T. Media.
- Tichá., L. (2007). *Cestování za odměnu*. Časopis BIZ [online]. Poslední revize 26.3.2007. [cit.2008-15-3]. Dostupné z: <<http://www.casopis.biz/?q=node/616>>
- Teambuilding. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-18-3]. Dostupné z: <<http://www.teambuilding.cz>>
- Ulrych, P. M. (2002). *Čest oboru zachraňují profesionálové* [online]. Poslední revize 03.05.2002 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=436>>

- Ulrych, P. M. (2005 a). *Ministr Radko Martínek: Budoucnost je v kongresech a incentivách* [online]. Poslední revize 31.08.2005 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=5180>>
- Ulrych, P. M. (2005 b). *Incentiva: ledová koupel i striptýž* [online]. Poslední revize 31.08.2005 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=5200>>
- Ulrych, P. M. (2005 c). *COTiáda 2005 – incentiva na vlastní kůži* [online]. Poslední revize 31.08.2005 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=5207>>
- Ulrych, P. M. (2005 d). *Incentivy po česku* [online]. Poslední revize 31.08.2005 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=5196>>
- Ulrych, P. M. (2005 e). *Incentivy na parníku neznají hranic* [online]. Poslední revize 31.08.2005 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/zobrazcl.php?id=5201>>
- Ulrych, P. M. (2005 f). *Trendy v konferenčním businessu*. Praha: COT Business. č.2
- Ulrych, P. M. (2006 a). *Aktivní Češi prahnou po adrenalinu* [online]. Poslední revize 02.03.2006 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=5877>>
- Ulrych, P. M. (2006 b). *Nenechte si zabít klienty!* [online]. Poslední revize 02.03.2006 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/zobrazcl.php?id=4549>>
- Valášek, D. (2004). *Akce pro zaměstnance a pro firmy* [online]. Poslední revize 06.05.2004 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/zobrazcl.php?id=3430>>
- Valášek, D. (2005 a). *Jak se u nás jezdí na služební cesty?* [online]. Poslední revize 31.08.2005 [cit.2006-3-3]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=5202>>
- Valášek, D. (2005 b). *Motivační akce* [online]. Poslední revize 31.08.2005 [cit.2008-3-16]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/zobrazcl.php?id=5193>>
- Vertigo sports. (2006). *Promotion materiály* [online]. [cit.2006-18-3]. Dostupné z: <<http://www.vertigosports.cz/2.php>>
- Wikipedia. (2008 a). *Adaptační kurs* [online]. [cit.2008-18-3]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Adapta%C4%8Dn%C3%AD_kurz>
- Wikipedia. (2008 b). *Incentive* [online]. Poslední revize 16.3.2008 [cit.2008-3-20]. Dostupné z: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Incentive>>

- Wikipedia. (2008 c). *Incentive program* [online]. Poslední revize 4.3.2008. [cit.2008-3-20]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Incentive_Program>
- Wikipedia. (2008 d). *Incentive travel* [online]. Poslední revize 1.2.2008. [cit.2008-3-20]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Travel_incentive>
- Wikipedia. (2008 e). *Program* [online]. Poslední revize 28.6.2007. [cit.2008-3-20]. Dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Program>>
- Wikipedia. (2008 f). *Kurz* [online]. [cit.2008-18-3]. Dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Kurz>>
- Zapletal, M. (1995). *Hry v přírodě : Velká encyklopedie her 1*. Český Těšín: Leprez.
- Zapletal, M. (1998). *Hry ve městě a na vsi : Velká encyklopedie her 4*. Most: Leprez.
- Zlatý fond her I : hry a programy připravené pro kurzy Prázdninové školy Lipnice*. (2002). Praha: Portál.
- Zouňková, D. (2007). *Zlatý fond her III*. Praha: Portál

7 Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázky

Obrázek 1. Incentivní cestovní ruch

Obrázek 2. Schéma zúčastněných stran v motivačním procesu

Obrázek 3. Plánovací proces

Obrázek 4. Konečná verze scénáře kursu MOOS 2007

Obrázek 5. Konečná verze scénáře kursu GO! 2005 – Skippy expedice

Obrázek 6. Křivka psychické a fyzické zátěže celého kursu GO! 2005

Obrázek 7. Stupnice – smajlíci

Tabulky

Tabulka 1. Nástin členění existujících nabídek incentivního cestovního ruchu pro segment mládeže

Tabulka 2. Přehled základních, determinujících a doplňkových služeb incentivního cestovního ruchu mládeže

Tabulka 3. Složení realizačního týmu MOOS 2007

Tabulka 4. Služby využité při adaptačním kursu MOOS 2007

Tabulka 5. Stručná charakteristika dnů a denních programů adaptačního kursu MOOS 2007

Tabulka 6. Procentní a číselné vyjádření vnímání vztahu účastníků s třídní učitelkou kursu MOOS 2007

Tabulka 7. Vzájemný vztah účastníků kursu MOOS 2007

Tabulka 8. Vzniklé komplikace v průběhu kursu MOOS 2007

Tabulka 9. Příjmy na realizaci kursu MOOS 2007

Tabulka 10. Náklady kursu MOOS 2007 hrazené z rozpočtu zadavatele

Tabulka 11. Složení realizačního týmu kursu GO! 2005

Tabulka 12. Služby využité při realizaci kursu GO! 2005

Tabulka 13. Stručná charakteristika dnů a denních programů kursu GO! 2005

Tabulka 14. Vzniklé komplikace v průběhu kursu GO! 2005

Tabulka 15. Příjmy na realizaci kursu GO! 2005

Tabulka 16. Náklady kursu GO! 2005 hrazené z rozpočtu

Tabulka 17. Srovnání adaptačního kursu GO! 2005 a MOOS 2007

Tabulka 18. Seznámení s novými spolužáky a vytvoření vztahů a vazeb ve třídě (MOOS 2007)

Tabulka 19. Vztah s třídním učitelem (MOOS 2007)

Tabulka 20. Motivace ke vstupu do nového školního prostředí (MOOS 2007)

Tabulka 21. Osvojení nových znalostí nebo dovedností (MOOS 2007)

Tabulka 22. Vyváženost programu (MOOS 2007)

Tabulka 23. Atmosféra na kursu (MOOS 2007)

Tabulka 24. Přínos adaptačních kursů do budoucna (MOOS 2007)

Tabulka 25. Přínosy z pohledu realizátorů

Tabulka 26. Hodnocení jednotlivých služeb a lokality MOOS 2007)

Grafy

Graf 1. Křivka fyzické zátěže jednotlivých aktivit kursu MOOS 2007

Graf 2. Křivka psychické zátěže jednotlivých aktivit kursu MOOS 2007

Graf 3. Vnímání vztahu účastníků s třídní učitelkou kursu MOOS 2007

Graf 4. Vzájemný vztah účastníků kursu MOOS 2007

Graf 5. Průměrné denní hodnoty sociogramu kursu MOOS 2007

Graf 6a, 6b. Rozložení volby zón v jednotlivých dnech kursu MOOS 2007

Graf 7. Vztah s třídní učitelkou kursu GO! 2005

Graf 8. Sociogram kursu GO! 2004

Graf 9a. Seznámení s novými spolužáky – celkem (GO!)

Graf 9b. Seznámení s novými spolužáky – po jednotlivých ročnících (GO!)

Graf 10a. Vytvoření vztahů a vazeb ve třídě – celkem (GO!)

Graf 10b. Vytvoření vztahů a vazeb ve třídě – po jednotlivých ročnících (GO!)

Graf 11. Seznámení s novými spolužáky a vytvoření vztahů a vazeb ve třídě (MOOS 2007)

Graf 12a. Vztah s třídním učitelem – celkem (GO!)

Graf 12b. Vztah s třídním učitelem – podle ročníku a pohlaví (GO!)

Graf 13. Vztah s třídním učitelem (MOOS 2007)

Graf 14. Naplňování vytýčených cílů – realizátoři

Graf 15. Motivace ke vstupu do nového školního prostředí (GO!)

Graf 16. Motivace ke vstupu do nového školního prostředí (MOOS 2007)

Graf 17. Vstup do nového prostředí a efektivnější spolupráce – realizátoři

Graf 18a. Osvojení nových znalostí nebo dovedností – celkem (GO!)

Graf 18b. Osvojení nových znalostí nebo dovedností – po jednotlivých ročnících (GO!)

Graf 19. Osvojení nových znalostí nebo dovedností (MOOS 2007)

Graf 20. Osvojení nových znalostí nebo dovedností – realizátoři

Graf 21a. Vyváženost programu – celkem (GO!)

Graf 21b. Vyváženost programu – podle pohlaví (GO!)

Graf 22. Vyváženost programu (MOOS 2007)

Graf 23a. Atmosféra na kursu – celkem (GO!)

Graf 23b. Atmosféra na kursu – podle pohlaví (GO!)

Graf 24. Atmosféra na kursu (MOOS 2007)

Graf 25a. Účast na obdobném kursu – celkem (GO!)

Graf 25b. Účast na obdobném kursu – podle pohlaví (GO!)

Graf 26a. Přínos kursů do budoucna – celkem (GO!)

Graf 26b. Přínos kursů do budoucna – podle ročníků (GO!)

Graf 27. Vyjádření k přínosu adaptačních kursů – realizátoři

Graf 28. Přínos adaptačních kursů do budoucna (MOOS 2007)

Graf 29. Ohlas ze strany zadavatele (školy) – realizátoři

Graf 30. Vnímání aktivit adaptačních kursů ze strany respondentů

Graf 31a, b, c, d. Hodnocení jednotlivých služeb a lokality (MOOS 2007)

Graf 32. Poměry jednotlivých známek služeb a lokality (MOOS 2007)

Graf 33. Průměrné známky služeb, lokality a kursu jako celku (MOOS 2007)

8 Seznam příloh

1. Budoucnost motivačního cestovního ruchu v kontextu metody zážitkové pedagogiky v segmentu mládeže
2. Výsledky projektu GO!
3. Prázdninová škola Lipnice
4. Outward Bound – Česká cesta
5. Hnutí GO!
6. Projekt GO!
7. Vzdělávání zážitkem
8. Teamspirit a teambuilding
9. Cíle a přínosy incentivního programu
10. Přínosy v rovině účastníka incentivního programu podle rozvíjené oblasti
11. Přehled věkových zvláštností dětí a mládeže staršího školního věku
12. Základní předpoklady střediska pro konání adaptačních kursů
13. Personál střediska pro předpoklad adaptačních kursů
14. Logo kursu MOOS 2007
15. Motivační dopis
16. Mapy pro potřeby kursu MOOS 2007
17. Mapy pro potřeby kursu GO! 2005
18. Sestavený realizační tým kursu MOOS 2007
19. Sestavený realizační tým kursu GO! 2005
20. Fotodokumentace kursu MOOS 2007
21. Fotodokumentace kursu GO! 2005
22. Středisko realizace kursu MOOS 2007 – ATC Žralok
23. Středisko realizace kursu GO! 2005 – Rekreační areál U Lamberka
24. Sociogram „stopičky“ pro kursy GO!
25. Co účastníky adaptačního kursu nejvíc oslovilo
26. Novinové články kursu MOOS 2007

9 Přílohy

Příloha 1

Budoucnost motivačního cestovního ruchu v kontextu metody zážitkové pedagogiky v segmentu mládeže (Hanuš, 2002)

Ve většině středních škol jsou kladeny vysoké nároky na úroveň vědomostí studentů. Vyplývá to z náplně školních osnov, požadavků maturitních a požadavků dalšího (především vysokoškolského) studia. V čem, ale spočívá vzdělanost člověka? Bude nám v budoucnu stačit pouze „vzdělaný“ člověk s odbornými znalostmi a vědomostmi, který ale není schopen komunikovat s ostatními, není schopen tolerance, soucitu, naslouchání? Člověk, který neumí prožít radost, nalézt pochopení, spontánní tvořivost, pohyb, umění, překvapení, poznání a přátelství? Je student dostatečně připraven pro samostatný smysluplný život dospělého? Má maturant možnost a základní vědomosti, dovednosti a zkušenosti, aby se prosadil se ve světě dospělých? Existuje nějaký prostředek, nástroj, metoda, kterou by střední škola mohla uchopit za účelem výchovy studenta pro život v moderní společnosti?

Období střední školy je jedním z nejtěžších ve vývoji osobnosti jednotlivce. Je dobou zklamání světem, hledáním (a příliš často nenacházením) alternativ k dnešnímu stavu věcí. Pasivita a častý útěk k alkoholu, drogám, pokusy o sebevraždu jsou průvodními jevy signalizujícími, že mladý člověk sám neví, kudy kam. Pomoc přicházející běžnými cestami, od rodičů či učitelů způsobu věrnými dnešnímu světu tj. tomu, který mladý člověk právě odmítá, většinou přijde nazmar a může naopak věci jen ztížit. Je tedy třeba předložit jinou alternativu. Probudit zájem adolescenta o sebe samotného, o okolí, o své uplatnění. Valorizovat jeho osobnost a dát mu tak naději a chuť do aktivního života. Vhodně zorganizovaný zážitek může k tomuto velmi dobře posloužit. Kolik mladých trpí pocitu méněcennosti způsobenými necitlivou výchovou rodičů? Zprostředkujeme-li jim zážitek, při kterém sami objeví, „že to s nimi není zas tak špatné“, může je to motivovat k další aktivitě a pomoci jim překlenout těžké období svého života.

Příloha 2

Výsledky projektu GO! (Hanuš, 2002)

Několik ročníků projektu GO! umožnilo získat cenné zkušenosti, závěry a poznatky. Výsledky projektu GO! jsou jednoznačně prokazatelné empirickými fakty:

- kolektiv studentů se během několika dnů pobytu s intenzivním rekreačním režimem stmelí pevněji než během několika let školní docházky,
- jeho členové se poznají v mnoha různých situacích (jež není možno ve škole simulovat), které umožňují hlubší otevření se každého jednotlivce vůči ostatním,
- atraktivní program využívající širokou škálu prostředků (psychohry, tvořivostní ateliéry a dílny, dramatické postupy atd.) dávají možnost výraznější sebereflexe, stanovování reálnějšího pohledu na sebe sama a z toho vyplývajících cílů dalšího směřování,
- zmíněná rozmanitost aktivit zpřístupňuje i zpětnou vazbu člen kolektivu - celek kolektivu, a tím možnost korekce jednání skupiny i jejích členů,
- neformální seznámení třídy se svým třídním učitelem v průběhu uvolněných, ale přitom fyzicky i psychicky náročných a mnohdy vyčerpávajících aktivit, vede ke zcela novým potencialitám užší spolupráce i v postavení formálních struktur,
- silné emocionální prožitky kladného charakteru jsou velmi dobrým počátkem každodenní stereotypní práce, mohou se stát uvolňujícími momenty, se kterými se dají zvládnout i obtíže všednodennosti.

Příloha 3

Prázdninová škola Lipnice (Prázdninová škola Lipnice, 2006)

Prázdninová škola Lipnice byla založena v roce 1977 a navázala na bohaté tradice pobytu v přírodě u nás. Cílem se stala výchova jedince v aktivní a spolupracující osobnost, ovlivňující dění kolem sebe. Metoda PŠL byla nazývána „intenzivní rekreační režim“.

Kursy a zejména týmy instruktorů se staly tvořivými dílnami, ve kterých každoročně vznikly desítky premiérových programů. Vlastní kursy PŠL ověřovaly netradiční pedagogické metody, z nichž pravděpodobně nejdůležitější byla a je metoda výběru programů a jejich časového řazení, nazvaná dramaturgie.

V roce 1991 došlo k přijetí PŠL do mezinárodní organizace Outward Bound.

V 1992 PŠL ustanovila dceřinou společností Outward Bound - Česká cesta s. r. o., která měla za úkol rozšířit metodu PŠL a Outward Bound na trénink týmové spolupráce a prosadit se na trhu vzdělávání.

Dominantním premiérovým projektem byl v roce 1991 GO! - 10denní kurs pořádaný na samém konci prázdnin pro studenty přicházející na gymnázium

(ve spolupráci s pražským Gymnáziem Jana Keplera). Novinkou byly také kursy, které si u PŠL objednávali nejrůznější instituce.

PŠL rozvíjela metodu zážitkové pedagogiky i díky zaměření na nové cílové skupiny. Premiéru měly například projekty zabývající se vztahem rodiče a dítěte, pro věkovou kategorii 45+, integrační kurs pro zdravotně postižené.

Česká metoda získala veliký ohlas i v zahraničí, metoda i programy ze Zlatého fondu obohacují školy Outward Bound a instruktoři PŠL hostují na mnoha kursech po celém světě.

Příloha 4

Outward Bound – Česká cesta (G7, 2007 a, 6 – 9) (Outward Bound – Česká cesta, 2006)

Společnost vznikla v roce 1993 a jako první uvedla na vzdělávací trh v České republice profesionální vzdělávání zaměstnanců firem metodou outdoor management training - metodu využívající herní principy a specifické pohybové aktivity v přírodě jako zdroj zkušeností a poznání.

Posláním Outward Bound - Česká cesta, spol. s r.o. je stimulovat rozvoj osobnosti a napomáhat porozumění a spolupráci mezi lidmi.

Příloha 5

Hnutí GO! (Hnutí GO!, 2006) (Hanuš, 2002)

Hnutí GO! působí jako experimentální centrum zážitkové pedagogiky, organizuje na středních školách kurzy pro nastupující ročníky v rámci Projektů GO!, pořádá semináře pro pedagogy, podporuje vydávání publikací s tématy zážitkové pedagogiky a hry. Všechny aktivity a akce Hnutí GO! pro školství jsou z principu neziskové. Hnutí GO! je jedinou organizací v ČR, která se snaží neziskově pracovat se zážitkovou pedagogikou pro školství z hlediska jejího dlouhodobého působení, jakožto pedagogiky použitelné v každodenní školské praxi. Občanské sdružení Hnutí GO! zaznamenává a zpracovává ve spolupráci s katedrou rekreologie FTK UP v Olomouci první větší a odborné zkušenosti.

Příloha 6

Projekt GO! (Hnutí GO!, 2006)

Na podzim roku 1989 vytvořili instruktoři Prázdninové školy Lipnice první ideu projektu GO!: „Vyplnit obrovskou mezeru lidského přístupu ke čtrnáctiletým nastávajícím studentům prvního ročníku střední školy“.

Hlavní hypotézy projektu GO!:

- Umožnit skupině studentů a jejich třídnímu učiteli před nástupem do školy vzájemné poznání ve fyzické a emocionální rovině, vytvořit sociální vazby nalézt své místo ve skupině.
- Urychlení adaptace studentů prvního ročníku na nové prostředí a co nejrychlejší zapojení studentů do života školy.
- Navození atmosféry radosti, tvůrčí spolupráce, tolerance a vzájemné úcty ve skupině.
- Plynulý přechod studentů z dětství do dospělosti.
- Vytvoření nové kvality vztahu mezi studentem a jeho rodiči.
- Příprava mladého člověka na život v demokratické společnosti.

V roce 1991 byl uskutečněn první ročník projektu GO!. Spolupracující školou se na období dalších pěti let stalo Gymnázium Jana Keplera v Praze (GJK).

Rokem 1994 bylo GJK naplněno ve svých všech ročnících účastníky kurzů GO! - končí tím jedna etapa projektu GO!. V roce 1995 se projekt GO! naposledy realizoval pro GJK. Tímto rokem skončila spolupráce mezi GJK a PŠL, protože GJK mělo dostatek připravených učitelů a studentů a bylo schopno napříště kurzy GO! realizovat samo. Vyvrcholila tím konkrétní podoba projektu na první experimentální škole.

Rokem 1996 se rozběhla druhá etapa projektu GO!. S novou myšlenkou pro GO! byl připravován a realizován projekt Hnutí GO!, jehož cílem bylo kurzy GO! rozjet na co největším možném počtu středních škol v České republice. Kurzy GO! se stávají prvním krokem ke změně atmosféry výuky ve škole, společně s dalšími projekty školy. Tento projekt realizovaly tři týmy studentů katedry rekreologie Univerzity Palackého v Olomouci. Rokem 1996 začalo cílené vzdělávání instruktorů Hnutí GO! v celé sérii seminářů („7 pilířů“ Hnutí GO!).

V roce 1997 bylo na účastnících ve spolupráci s pedagogicko - psychologickou poradnou v Šumperku provedeno šetření o dopadu a účinnosti Projektu GO!. Toto šetření

prokázalo jednoznačný vliv a význam tohoto projektu pro nastupující studenty prvního ročníku střední školy.

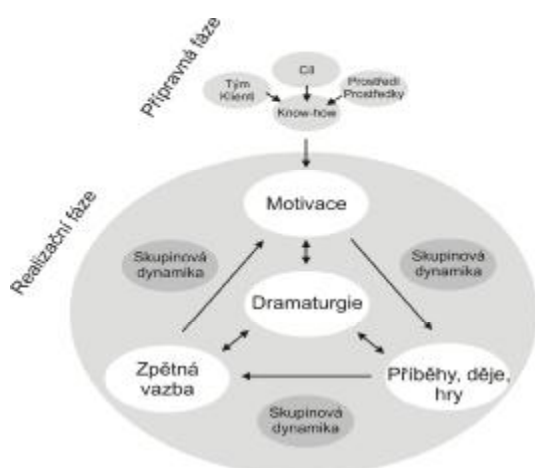
GO! 1999 proběhlo na 10 školách pro více jak 15 tříd. Dále se prohlubovala snaha o spolupráci s jinými, podobně zaměřenými organizacemi - ať už ve formě vzdělávacích seminářů, tak i v realizaci kurzů (Instruktoři Brno, Hnutí Brontosaurus a jiné).

Kromě již klasických kurzů GO! proběhly v roce 2000 semináře zážitkové pedagogiky pro učitele.

Příloha 7

Vzdělávání zážitkem (Hnutí GO!, 2006) (Adventura, 2006)

Zážitková pedagogika je pedagogický směr, který využívá zážitku jako prostředku výchovy a vzdělávání. Účastník v programech získává zážitky aktivním zapojením do různých činností (nejčastěji her), kde se setkává s různými situacemi, se kterými v běžném životě mnohdy zápasí. Má možnost získat zkušenost, jak v podobných situacích jednat. Výhodou her je, že i velmi náročné programy jsou relativně bezpečné oproti skutečnosti, navíc hra je omezena v čase a je možné z ní kdykoliv vystoupit. Člověk postavený před nějaký problém musí jednat nebo alespoň zaujmout nějaký postoj k dané situaci a vždy se dostává do konfrontace s ostatními členy skupiny, kteří poskytují bohatou zpětnou vazbu. Stejně tak má možnost uvědomit si své reakce ve vypjatých situacích a nahlédnout hlouběji do svého já.



Obrázek 1. Prostředky zážitkové pedagogiky (Zdroj: Hanuš, 2003)

Klíčovou roli v zážitkových programech má tzv. review, což je zpětný pohled na hru; jak účastníci daný problém řešili, jak jej mohli řešit a poskytuje tak velké množství zpětných vazeb. Tím účastník rozvíjí svoji odolnost, posunuje své hranice bezpečí, získává zdravé sebevědomí, ale také rozvíjí kreativitu, týmovou spolupráci, komunikativní dovednosti, sociální citění, a další vlastnosti potřebných v každodenním životě.

Zpětná vazba, tzv. review je důležitou součástí metody zážitkové pedagogiky a nástroj zvyšování efektivity tréninku. Současně je důležitým prvkem, který odlišuje „pedagogické“ využití aktivit od „rekreačního“ (PŠL, 2006).

Prožitek pomáhá lépe porozumět sobě, svým pocitům a svému pohledu na svět. Napomáhá jednak sebereflexi a jednak zprostředkovává náhled. Prožitek vede k vyzkoušení určitých situací a pomáhá učit se (především oblasti fungování mezi ostatními lidmi – např. nácvik řešení konfliktů, efektivní komunikace apod.

Tato metoda kombinuje několik pilířů k dosažení optimálního výsledku: (Outward Bound – Česká cesta, 200)

- zážitek a jeho reflexe (prostřednictvím reflexe dochází k zpracování zážitku ve využitelnou zkušenost)
- hra (nereálně situace s reálnými mezilidskými a osobními procesy)
- přírodní prostředí
- skupina (práce nejen s jednotlivci, ale i se skupinou jako dynamickým organismem se specifickými procesy)
- atmosféra a emoce (pojí se s místy; hra, výzva, tvořivost, překvapení, společný zážitek a další prvky probouzejí emoce a vytvářejí silnou a působivou atmosféru)
- bezpečnost

Zkušenost je pochopený zážitek a člověk si díky vlastní zkušenosti zapamatuje nové poznatky až z 80%, kdežto z běžného školení či přednášky pouhých 20%. Princip získávání zkušeností lze znázornit tzv. modely zkušenostního učení. Například Kolbův cyklus učení popisuje čtyři fáze:

- uvědomění si, co se při aktivitě dělo
- zhodnocení aktivity a zobecnění
- vytvoření plánu změn pro další podobné aktivity
- vyzkoušení na nové aktivitě

Vrcholem je přenos zkušeností do praxe.



Obrázek 2. Kolbův cyklus učení – transformace zážitku ve zkušenost (Zdroj: Adventura, 2006; Hanuš, 2003)

Příloha 8

Teamspirit a teambuilding

Teamspirit znamená vytvářet v pracovním kolektivu pozitivní a motivující atmosféru prostřednictvím zábavných her a úkolů obvykle v přírodním prostředí. Zážitek je cílem (Tichá, 2007). Pestrá a originální skladba aktivit v atraktivním prostředí (Adventura, 2006) adekvátním způsobem naplňuje cíle teamspiritu. Využívány jsou rozličné aktivity od sportovních, přes dramatické, kreativní až po adrenalinové.

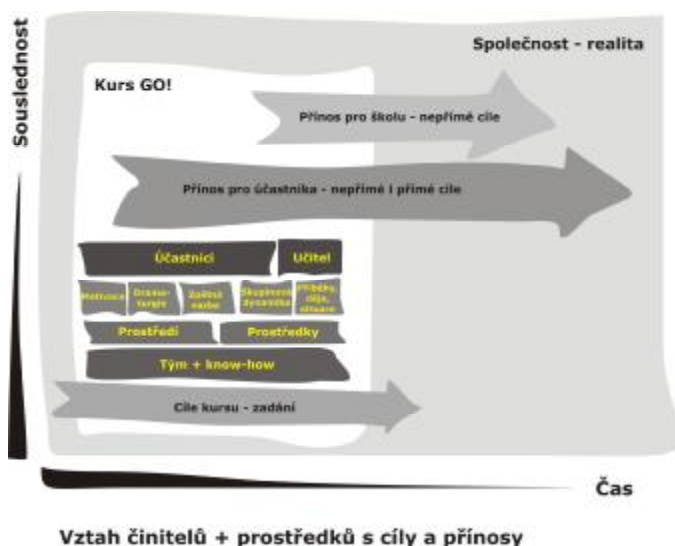
Teambuilding znamená utvářet jedinečnou a celistvou osobnost týmu. Mnoho dalších vlastností tým získává vědomým či nevědomým učením v interakci s okolním prostředím. Rozvoj týmu jde ruku v ruce s rozvojem jednotlivých osobností (Outward Bound – Česká cesta, 2006).

Stavebním kamenem celého programu je zážitková metoda – učení se zážitkem (Adventura, 2006) (CCL-confeence Czechoslovakia, 2006), která naplňuje cíle teambuildingu pomocí her a řešení různě obtížných úkolů, obvykle v přírodním prostředí (Outward Bound – Česká cesta, 2006). Zážitek je prostředkem k odhalení (Tichá, 2007). Využívány jsou rozličné aktivity od sportovních, přes dramatické, kreativní až po adrenalinové.

Témata: efektivnější komunikace a zpětná vazba, prohloubení týmové spolupráce, leadership, kreativita, diagnostika týmu, příprava týmu na změnu, time management, vedení týmu a jeho styly, řízení konfliktů a mnoho dalších (Adventura, 2006).

Příloha 9

Cíle a přínosy incentivního programu



Vztah činitelů + prostředků s cíly a přínosy

Obrázek 3. Cíle a přínosy incentivního programu (Zdroj: autorka)

Obrázek 3 schematicky znázorňuje přínosy incentivního programu na příkladu adaptačních kursů. Obrázek zachycuje chronologicky ideální situaci – přínosy (cíle) ve vztahu k adaptačnímu kursu a užitým prostředkům zážitkové pedagogiky.

Osa y představuje stavbu jednotlivých prvků na pevně stanovených cílech – nezbytná základna. Na základě komplexního propojení prvků zážitkové pedagogiky a činitelů vznikají přínosy pro účastníka (přímé – naplnění cílů, ale i nepřímé přínosy). Proběhne-li tento proces dle očekávání navazují další přínosy, zejména pro školu nebo firmu.

Osa x představuje přibližný nástup přínosů a jejich souvislý přechod i do reálného života (práce, škola). Tento proces přenesení je možný jen za užití zpětnovazebních prostředků.

Nově přijatí studenti se účastní kursu dobrovolně. Proto podmínkou uskutečnění adaptačního kursu je dostatečná a účinná motivace před realizací kursu. Účastníci přijíždí na kurs již motivováni, což výrazně usnadňuje plnění cílů a trvání přínosů.

Příloha 10

Přínosy v rovině účastníka incentivního programu podle rozvíjené oblasti

Incentivní cestovní ruch se orientuje na uspokojení potřeb účastníka cestovního ruchu po dalším získání nových zkušeností, schopností či zručností (Kolektiv autorů, 2001).

Různých přínosů lze dosahovat různými aktivitami. Přínosy vychází z toho, jaké složky, části osobnosti člověka se aktivita nebo hra dotýká, kterou rozvíjí, procvičuje a mobilizuje. Cíle her a aktivit podle Prázdninové školy Lipnice (Zlatý fond her I, 2002):

- Aktivity na rozvoj intelektu.
- Aktivity na rozvoj tvořivosti.
- Aktivity na rozvoj sociálních dovedností.
- Aktivity na rozvoj motoriky a pohybových dovedností.
- Aktivity na rozvoj vůle.
- Aktivity na rozvoj sebepojetí.
- Aktivity kombinované.
- Speciální aktivity.

Příloha 11

Přehled věkových zvláštností dětí a mládeže staršího školního věku (15 – 18)

(Pávková a kolektiv, 2002)

Tělesný vývoj

Projevuje se doznívání pubescence (pohlavní dozrávání). Zklidňuje se tělesný vývoj, vyhraňuje se typ postavy a dochází k dokonalé činnosti orgánů – tělesná zdatnost, úplná pohlavní zralost. Pohybová koordinace je na vysoké úrovni. Výrazná je kritičnost k vlastnímu vzhledu, což ovlivňuje psychiku a sebevědomí.

Duševní vývoj – rozumový

Vnímání – zjemňuje se, systematickosti

Pozornost – lepší koncentrace, intenzita

Představivost – přesná, bohatá, originální asociace

Fantazie – tvůrčí, pokusy o uměleckou tvorbu, denní snění

Paměť – logická, větší kapacita, trvalost, přesnost

Myšlení – vrchol vývoje všech kognitivních operací, forem, myšlení

Řeč – živá, barvitá, tvořivá, s humorem

Duševní vývoj – citový

Dochází k postupné stabilizaci citového vývoje – lepší sebeovládání a uklidnění citů, které jsou však dále intenzivní.

Vývoj vyšších citů – morálních (vlastní úvahy o dobru a zlu), intelektuálních (studijní specializace, zájmy, touha cestovat) a estetických (prožívání krásy v umění, přírodně, lidských vztazích)

Duševní vývoj – volní

Vývoj od impulsivnosti k rozvážnosti, cílevědomosti a vytrvalosti. Hledání vyšších motivů jako jsou životní plány, ideály, životní uplatnění. V náročných situacích nebezpečí zkratovitého jednání (i sebevražedné pokusy).

Sociální vývoj

Pocit rovnosti s dospělými, kritičnost k autoritám; přechod ze ZŠ na SŠ (profesní příprava), význam vrstevnických skupin, přizpůsobení, kamarádství, přátelství (i na celý život); partnerské vztahy (riziko předčasných těhotenství a sňatků); zájem o společenské dění.

Z praktického hlediska

- snazší motivovatelnost než u dospělých osob
- rychlá tělesná regenerace

Příloha 12

Základní předpoklady střediska pro konání adaptačních kursů

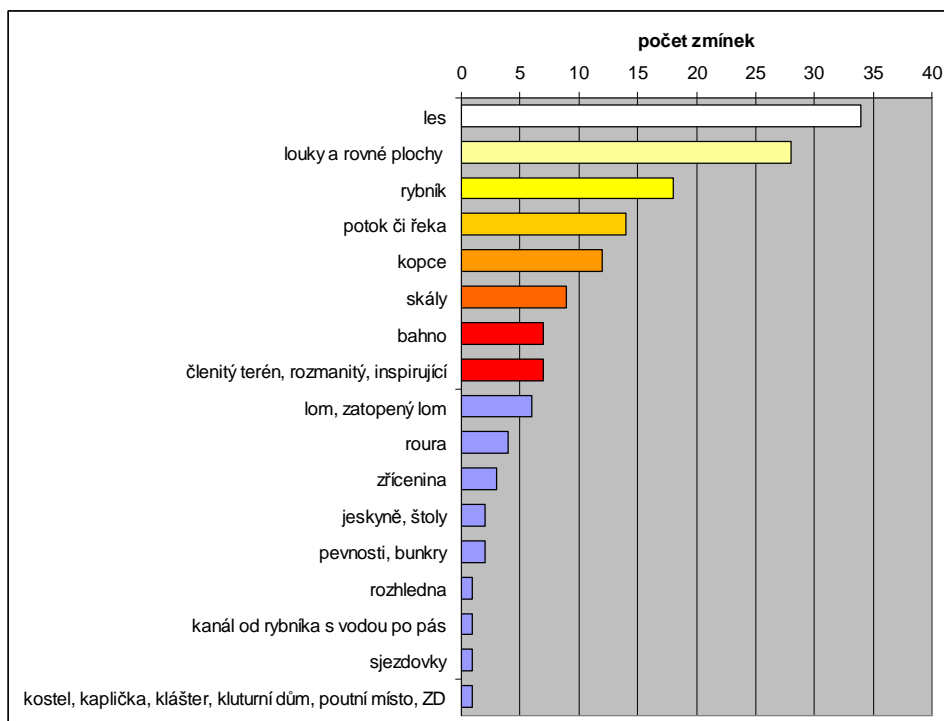
Adaptační kursy mají univerzální náplň, proto i prostředí, ve kterém se kurs koná by mělo mít univerzální charakter. Základní předpoklady prostředí, ve kterém probíhá kurs se vztahují k charakteru okolní krajiny, poloze střediska a vhodným prostorům střediska.

Determinujícím předpokladem je přístup personálu střediska.

Vyhovující poloha střediska by dále měla mít co nejvíce následujících předpokladů:

- neleží v bezprostřední blízkosti přírodně plošné ochrany (PR, CHKO, NP), což výrazně omezuje volbu her a aktivit v terénu
- osamoceně stojící objekt, který nemá návaznost na obytnou zástavbu, aby nebyli účastníci rozptylováni a nemusel být omezován program kvůli hlučnosti
- dojezdová vzdálenost od obce 1 – 5 km
- dobrá dopravní dostupnost automobilem
- železniční zastávka ve vzdálenosti 5 – 15 km pěší chůze
- dojezdová vzdálenost od sídla školy okolo 40 – 50 km, což sníží náklady na dopravu
- pokrytí signálem mobilních operátorů

Základem úspěchu kursu GO! je terén, který by měl zahrnovat:



Obrázek 4. (Zdroj: Závěrečné zprávy kursů GO! 1997 – 2004)

Vyhodnocení nejžádanějších prvků v okolí střediska ze 43 závěrečných zpráv Hnutí GO!.

Bílý až červený sloupec představují přehled základních prvků. Vhodné středisko by mělo disponovat co největším počtem těchto základních prvků. Modré sloupce jsou doporučené a vítané prvky.

Podstatnou roli hraje vyhovující společenská místnost, která bude po celou dobu sloužit jen potřebám kursu. A možnost výzdoby a úpravy společenské místnosti dle potřeb kursu.

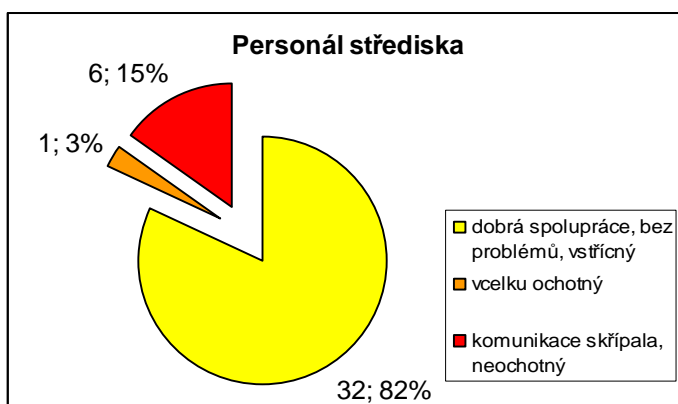
Využívané služby:

- ubytovací – chatky různého typu nebo pokoje v hlavní budově
- stravovací – v rámci služeb střediska nebo vlastní kuchařky

Příloha 13

Personál střediska pro předpoklad adaptačních kursů

Znatelná je předchozí zkušenost personálu s adaptačními kursy.



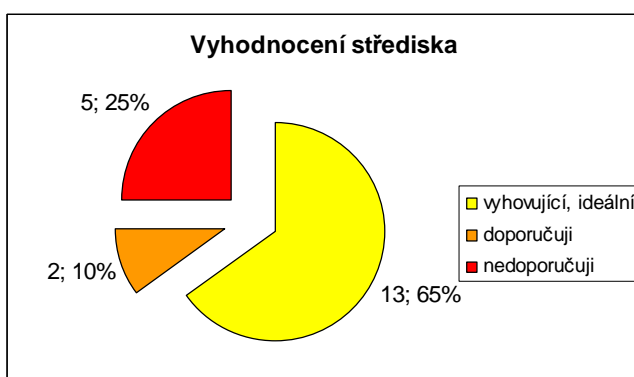
Obrázek 5. Hodnocení vztahu personálu střediska (Zdroj: Závěrečné zprávy Hnutí GO! 1997 – 2004)

Ze závěrečných zpráv kursů GO! (43) vyplývá, že ve většině případů je personál střediska (správce, majitel i personál kuchyně) vstřícný a spolupracující.

nároky na stravovací služby
- variabilní čas podávání jídel
- úpravy jídelníčku dle programu
- velikost porcí
- dostatek jídla
- dostatek tekutin

Tabulka 1. Nároky na stravovací služby (Zdroj: autorka)

Jedním ze způsobů jak všechny požadavky naplnit a zároveň ušetřit finanční prostředky jsou i vlastní kuchařky.



Obrázek 6. Vyhodnocení střediska (Zdroj: Závěrečné zprávy Hnutí GO! 1997 – 2004)

V případech, kdy nebyl personál střediska ochotný a komunikace celkově skřípala, bylo středisko týmem vyhodnoceno jako nevyhovující pro další spolupráci při konání adaptačních kursů.

Závažným nedostatkem bylo i nedodržení ústní dohody o podmínkách pronájmu ze strany správce nebo majitele objektu.

Volbu střediska a doporučení pro adaptační kursy ovlivňuje:

- doporučení
- vhodné okolní prostředí
- cena
- vhodné prostory
- přístup majitele a správce

Příloha 14

Logo kursu MOOS 2007



Obrázek 7. Logo adaptivního kursu (Zdroj: autorka)

Pro potřebu jednotné prezentace adaptačních kursů SOŠ podnikání a obchodu v Prostějově bylo navrženo logo MOOS (Meeting Out Of School).

Příloha 15


Motivační dopis





21. července 1969 ve 4:39 SEČ se otevřel přiklep lunárního modulu Eagle a Armstrong ve skafandru pomalu sestoupil ze žebříku na povrch Měsíce. Po několika minutách jej následoval Aldrin.

Mimo Eagle strávili 2 hodiny 31 minut, během zachůpofidů panoramatické i detailní snímky povrchu, provedli několik vědeckých experimentů, vztýčili americkou vlajku a sebrali 21,7 kg vzorků hornin.



"Je to malý krok pro člověka, ale velký skok pro lidstvo".


Za **4** roky strávíš se svými (spolužáky) ve  cca:


- 289 440 sekund


V průběhu seznamovacího kurzu  strávíš se svými  cca:

- 3 270 sekund

Na  strávíš **1,13 %** z celkového času, který strávíš 

Pojď až **1 %** nám pomoci udělat velký  pro lidstvo ale

ještě větší  pro FERRE a Tvou novou třídu..

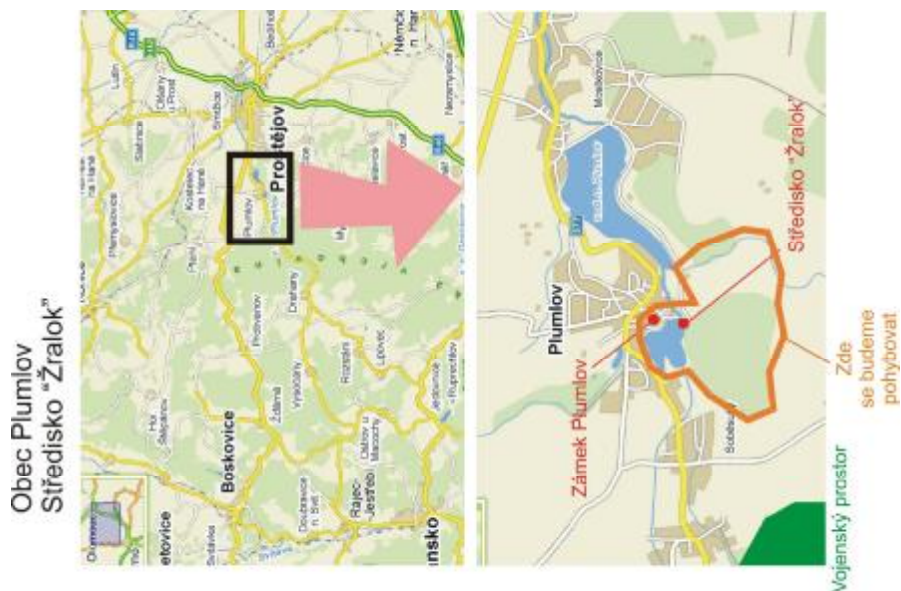
Tvůj realizační tým 

Obrázek 8. Motivační dopis (Zdroj: autorka)

Motivační dopis byl již v průběhu prázdnin zaslán účastníkům, aby přijížděli na kurs již s určitou dávkou nadšení a zvědavostí.

Příloha 16

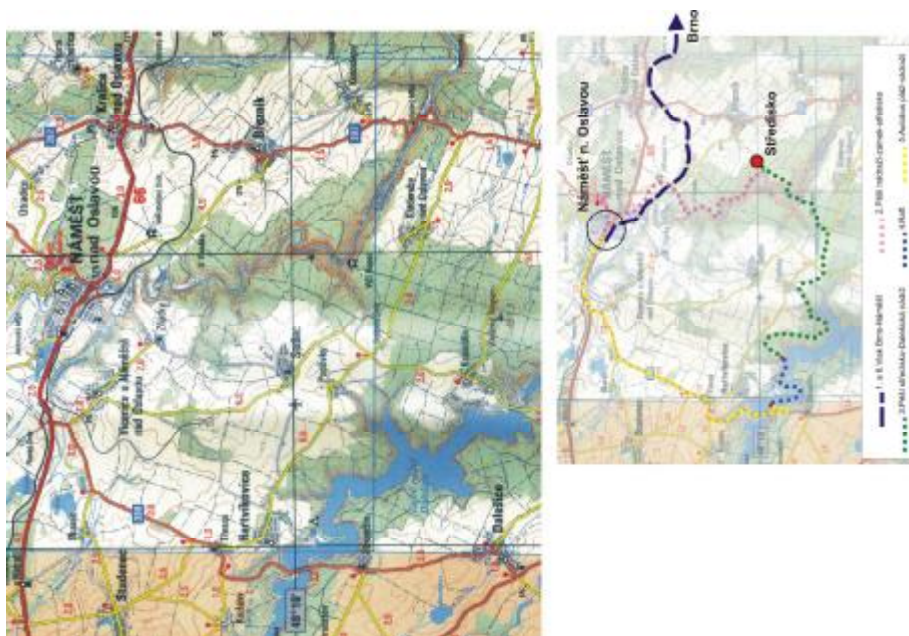
Mapy pro potřeby kursu MOOS 2007



Obrázek 9. Mapa pro potřeby kursu MOOS 2007 (Zdroj: Mapy.cz)

Příloha 17

Mapy pro potřeby kursu GO! 2005



Obrázek 9 a 10 Mapa okolí rekreačního střediska U Lamberka a mapa se zakreslenou trasou kursu GO! 2005 (Zdroj: Geodézie ČS, 2003)

Příloha 18

Sestavený realizační tým kursu MOOS 2007



Obrázek 11. Realizační tým kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)



Obrázek 12. Realizační tým kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

Příloha 19

Sestavený realizační tým kursu GO! 2005



Obrázek 13. Realizační tým kursu GO! 2005 (Zdroj: autorka)

Příloha 20

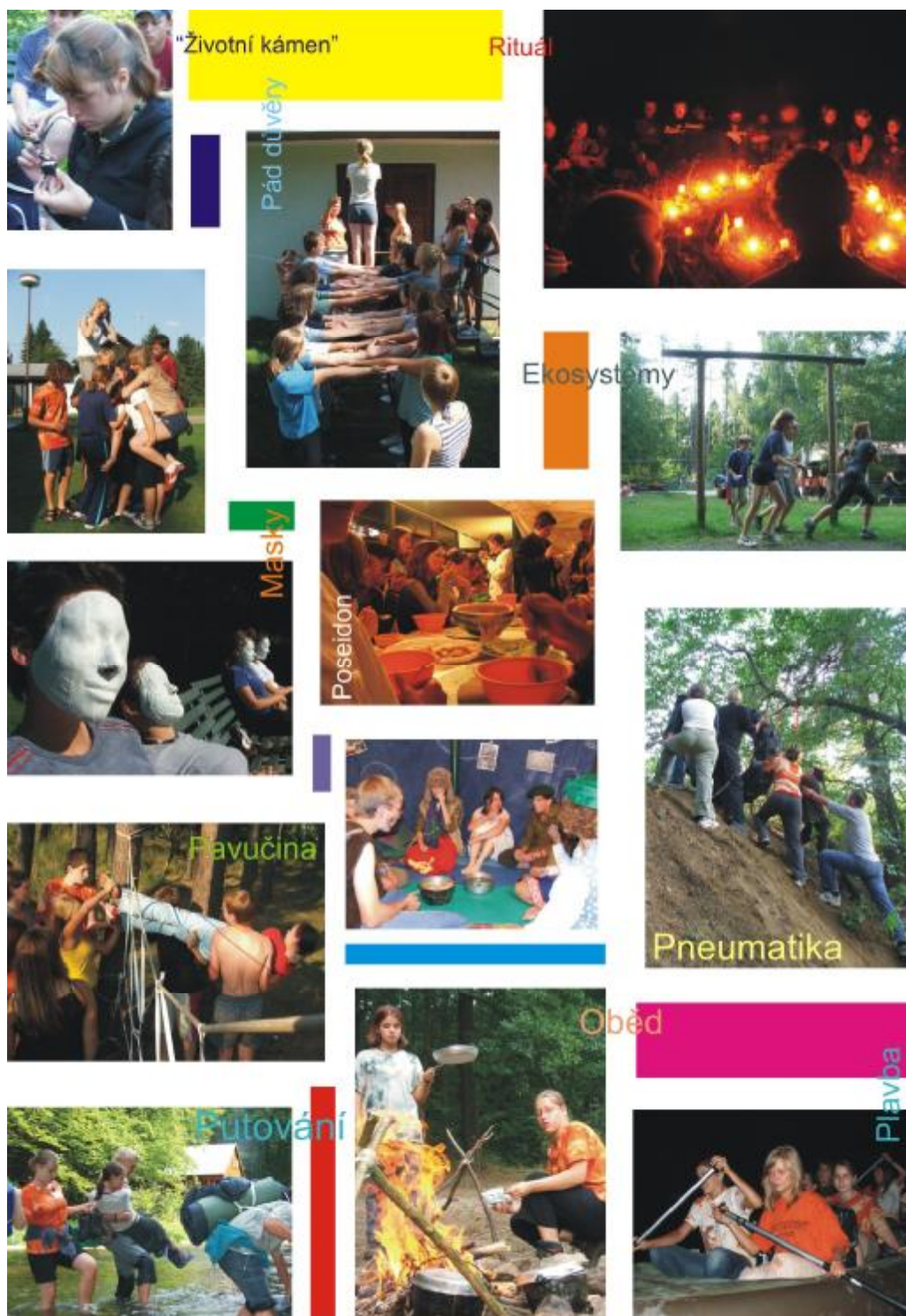
Fotodokumentace kursu MOOS 2007



Obrázek 14. Fotodokumentace kursu MOOS 2007 (Zdroj: autorka)

Příloha 21

Fotodokumentace kursu GO! 2005



Obrázek 15. Fotodokumentace kursu GO! 2005 (Zdroj: autorka)

Příloha 22

Středisko realizace kursu MOOS 2007 – ATC Žralok

Středisko se nachází v bezprostřední blízkosti obce Plumlov, která leží blízko Prostějova.

Na středisko navazuje lesnatý mírně členitý terén a současně na Zámecký rybník a Plumlovskou přehradu. Lákadlem je blízký zámek Plumlov s přístupným vnitřním nádvořím.

Středisko má sezónní charakter s chatovou zástavbou různých velikostí. K dispozici je jídelna a kuchyně ve zděné budově a sociální zařízení. V areálu se nachází 3 hřiště a 1 ohniště.

Příloha 23

Středisko realizace kursu GO! 2005 – Rekreační areál U Lamberka

Středisko se nachází nedaleko obce Březník (cca 1 km), která leží 4,5 km severovýchodně od Náměště nad Oslavou.

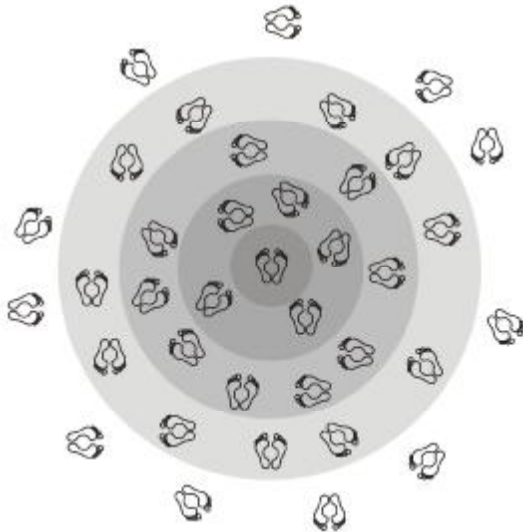
V bezprostřední blízkost střediska se rozprostírá přírodní park Oslava – Chvojnice. Oblast nabízí členitou pahorkatinu s hlubokým kaňonovitým údolím řeky Oslavy. Lákadlem oblasti je i zámek v Náměšti nad Oslavou s volně přístupným parkem a Dalešická přehrada.

Středisko má charakter celoročního ubytovacího zařízení s chatovou i zděnou zástavbou. K dispozici je společenská místnost pro 70 osob a dále 3 ohniště a hřiště pro míčové hry.

Příloha 24

Sociogram „stopičky“ pro kursy GO!

Malé stopy jsou na sociogramu rozmístěny soustředně v několika zónách. Pro zhodnocení je umístění v jednotlivých zónách vyjadřováno číselně a to vzestupně směrem od středu – střed = 1. zóna (1 bod), tj. ve skupině se cítím výborně; okraj = 5. zóna (5 bodů), tj. ve skupině se necítím.



Obrázek 16. Stopičky (Zdroj: autorka, vytvořený speciálně pro potřeby kursů GO!)

Příloha 25

Co účastníky adaptačního kursu nejvíc oslovilo

Co účastníky nejvíce oslovilo (řazeno sestupně)		
vztah k:	bližší specifikace	vyslovilo se
účastníci navzájem	poznání ostatních jinak	48,90%
	kontakt a kamarádství mezi všemi	
	týmová spolupráce	
	mnoho společných zážitků	
	důvěra k novým lidem	
program a kurs	vypracovaný a promyšlený program	31,10%
	atmosféra	
	kurs jako celek a jeho idea	
	jak každá drobnost stmelí kolektiv	
	hry	
	neplánované překvapení ze hry	
	náročnost	
tým	přístup (vstřícnost, respekt)	20%
	upřímnost, otevřenost	
	charakter vedoucích	

Tabulka 2. Co účastníky oslovilo (Zdroj: autorka)

Co účastníky nejvíce oslovuje z pohledu realizátorů (řazeno sestupně)		
vztah k:	blíže specifikace	vyslovilo se
tým	přístup k účastníkům, otevřenost a diskuze	26,20%
	tým a osobnost členů týmu	
	zájem instruktorů co účastníci prožívají, co chtějí	
program a kurs	program (netradiční)	23,80%
	hry a aktivity	
	atmosféra	
účastníci navzájem	společné zážitky	23,80%
	týmová práce, společný kontakt	
	poznat se jinak	
	otevřenost účastníků navzájem	
účastník (jednot.)	vyzkoušet si nové věci a role, zážitky a zkušenosti	14,30%
	svobodně se projevovat	
prostředí	prostředí	7,10%
zadavatel a profesor	zapojení třídního profesora	4,80%
	vyhnout se týden ve škole	

Tabulka 3. Co oslovuje z pohledu realizátorů (Zdroj: autorka)

Příloha 26

Novinové články kursu MOOS 2007



Obrázek 18. Článek v Prostějovském večerníku 10.9.2007 (Zdroj: Prostějovský večerník)

Kosmické soutěže ulehčily přistání na střední škole

Ve dnech 3. až 5. září se uskutečnil premiérový adaptační kurz Střední odborné školy podnikání a obchodu v plumlovském kempu Žralok

Mně a mým budoucím spolužákům ze Střední odborné školy podnikání a služeb přišel na přelomu července a srpna dopis s pozvánkou na adaptační kurz, který organizovala střední škola, na kterou jsem byla přijata.

Už i tento dopis byl v duchu prvního přistání na Měsíci. Pro nás to však znamenalo především netradiční příchod na střední školu, příchod do neznáma. Vůbec jsme neměli ponětí, co nás čeká.

Na kosmické výpravě jsme byli přivítáni vedoucími sku-

tečně stylově. Vyzkoušeli jsme si, jak těžké to mají horolezci, a nechyběly ani kvízy o Neilu Armstrongovi.

Klíčovou hrou prvního dne však byl golf. Trochu změněná pravidla nevadila. Dokonce i nerovné okolí Plumlova jsme s tenisovými míčky a rozpěrnými holemi od vysavače úspěšně zvládli. Otestovali jsme sami sebe. Především to, jak jsme schopni se zapojit do nového kolektivu. Večerní procházka k zámku Plumlov byla příjemným zakončením prvního kosmického dne.



Přestože trávník v okolí Plumlova měl k pravému „greenu“ dosti daleko, a golfové hole nahradily trubky od vysavače, byla tato hra výbornou příležitostí, jak stmelit kolektiv. Foto: Barbora Burešová

Než jsme se stačili vzpamatovat, byly tu další hry, neméně zajímavé i kosmické. Nechybělo prolézání pavoučích sítí či např. stavění klenby. Přijeli se nám ukázat noví kantoři a někteří se aktivně zapojili do programu. Takovým názorným příkladem byl závod na kolech. Pravidla jsou jednoduchá: jako skupina si vylosujete svého učitele a bezpečně ho dopravíte k zámku a zpět do kempu. Profesori si nás díky tomu dokonale zapamatovali.

Z běhání do kopců jsme plynule přešli na přehrávání známých filmových scén. Kulíšou nám byly krásné prostory koníny plumlovského zámku. Díky panu kastelánu Dolečkovi, jsme mohli prožít

zajímavý kreativní večer v naprosto nezvyklém prostředí. Poslední den jsme vše zakončili procházkou okolo Plumlovské přehrady. Ani tato procházka však nebyla jen tak. I tady jsme se museli jako skupina umět dohodnout. K dalšímu postupu totiž bylo třeba vyřešit nejrůznější hádanky.

Realizační tým pro nás připravil tři dny, během kterých jsme měli možnost poznat se lépe a rychleji, než by tomu kdy bylo v učebnách a třídách.

Naše škola nám také v neposlední řadě dala možnost spontánně poznat třídní učitele. Vytčený cíl byl splněn.

Odjížděli jsme seznámení a s nezapomenutelnými vzpomínkami.

Barbora Burešová, Prostějov



Protáhnout se pod klenbou bylo úkolem pro mrštné užovky. Foto: B. B.

Obrázek 17. Článek v Prostějovském dnu 20.9.2007 (Zdroj: Prostějovský den)