

# MOTIVAČNÉ FAKTORY GENERÁCIE Z V KONTEXTE ROZVOJA ĽUDSKÝCH ZDROJOV

## MOTIVATIONAL FACTORS OF GENERATION Z IN THE CONTEXT OF HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT

**Adriana Mezeiová**

---

### **Abstract**

One of the cornerstones of a thriving economy is the provision of quality education, because that is the only way to ensure a quality workforce. At present, however, the link between education and practice is not sufficient. As a result, education often focuses on areas that are not in line with the needs of economic practice. The job market requires different abilities and skills than it did a few years ago. There is less emphasis on lexical knowledge. Employers are looking for communicative, confident and creative people who can successfully handle unforeseen situations as well. Today's students belong to the "Z" generation, which is currently the most technically advanced generation. They no longer know and do not want to imagine a world without technology. On the other hand, digital technology is a double-edged sword. It affects our brains and changes the patterns of behavior we learnt. The thinking process is completely different in the today's young people, than the past generations'. Interactivity, which is common in the digital world, is also expected in education. New methods to support the development of knowledge and skills should also be applied in the development of human resources. However, for these methods to be effective, we need to be aware of the motivating factors that affect the younger generation. The aim of the work is to identify the motivating factors of university students and to reveal their requirements for quality education.

**Key words:** Human resource development, to connect education and practice, innovative teaching methods, motivational factors, generation Z

**JEL Code:** A 20, A 22, J20

---

## Úvod

Vývoj hospodárskeho rastu každej krajiny je závislý od kvality pracovnej sily, od ľudských zdrojov. Zárukou kvalitnej pracovnej sily je zabezpečenie kvalitného vzdelávania. V súčasnej globálnej kríze, spôsobenou pandémiou sa firmy a podniky zameriavajú v čoraz väčšej miere na zefektívnenie svojich procesov, čo zahŕňa aj dôkladnejší výber odborníkov. Úlohou vzdelávacieho systému je prispôbiť svoje študijné programy tak, aby uspokojili tento dopyt. Je zbytočné financovať vzdelávanie študentov v obore, ktorú prax nepotrebuje. Vysokoškolské vzdelávanie sa musí prispôbiť požiadavkám praxe a rozvíjať u študentov potrebné vedomosti a zručnosti. Pedagógia má často problém, ako ako zaujať pozornosť svojich študentov, a motivovať ich k vyššej aktivite (aby neboli len poslucháčmi). Aby sme mohli poslucháčov motivovať, musíme indentifikovať ich motivačné faktory. Cieľom výskumu, ktorého výsledky sú obsahom tejto štúdie je zmapovanie motivačných faktorov vysokoškolských študentov a ich požiadaviek na kvalitné vzdelávanie. Výsledky výskumu môžu pomôcť lepšie zpoznať túto generáciu a môžu pomôcť k zefektívneniu edukačného procesu.

## 1 Vysokoškolské vzdelávanie

Úlohou vzdelávania je nielen sprostredkovať vedomosti, ale je aj dôležitým nástrojom, ktorý ovplyvňuje úroveň a mieru rozvoja národného hospodárstva. V edukačnom procese musí absolvent získať také vedomosti, pomocou ktorých bude môcť zvládať výzvy budúcnosti, také výzvy, ktoré dnes ešte ani neexistujú. Úroveň vzdelávania priamo súvisí s mierou ekonomického rastu hospodárstva. V období digitalizácie inovatívne podniky potrebujú odborníkov, ktorí sú tímovými hráčmi, ovládajú IKT, sú schopní kritického myslenia, vedia riešiť komplexné úlohy a sú ochotní sa ďalej vzdelávať. Podmienkou prosperujúceho hospodárstva je vysokokvalitná pracovná sila, čo nie je možné bez kvalitného vzdelávania. Transformácia vysokých škôl prebieha aj v súčasnosti. Je nevyhnutné zvýšiť mieru prepojenia vzdelávania a praxe. Vysoké školy musia čeliť zníženému počtu študentov a zároveň zostať konkurencieschopným a úspešným. Jedinou cestou je zvyšovanie kvality vzdelávania, čo znamená neustálu inováciu. Nástrojom zvýšenia kvality vzdelávania je implementácia nových moderných koncepcií v edukačnom procese. Jednou z možností je aj aplikácia nteraktívnych spôsobov výučby (Vlasenko, et al 2019, Melichová, et al 2017). Nasledujúca časť štúdie podrobnejšie vysvetľuje, prečo je dôležitá interakcia v živote tejto mladej generácie.

## 1.1 Vysokoškooláci – Generácia Z

Dnešní vysokoškooláci nazývaní aj Generácia Z, postupne obsadzujú pracovný trh. Do roku 2030 by to mala byť najpočetnejšia skupina na trhu práce s 34 percentným podielom. Podľa odhadov by mali počas svojho života pracovať na 18 miestach a žiť v 15 domoch. Kto sú? Čo je pre nich charakteristické?

Generácia Z sa narodila v rokoch 1997 až 2010. Už sa narodili do digitálneho sveta a vyrastali obklopení čoraz zložitejšími technológiami. Svet bez nich si už nevedia (a ani nechcú) predstaviť. Táto generácia, neustále sledujúca digitálnu obrazovku rôznych smart technológií, je zvyknutá na interaktivitu, na možnosť prejaviť svoj názor. V reálnom čase prijímajú, posielajú textové alebo obrazové správy. Prirodzenou je pre nich aj okamžitá spätná väzba a nepoznajú ekonomický nedostatok (Król-Zdonek, 2020; Berkup, 2014). Podľa mnohých pedagógov sú nesústredení, nepozorní a ľahostajní. Je to pravda? Študenti zas pokladajú vzdelávací proces za nezáživný a nudný. Generácia Z je zvyknutá na neustálu digitálnu interaktivitu, na neprestajný feedback a to je práve jedným z dôvodov, prečo je ťažké upriamiť ich pozornosť a motivovať ich (Baumol-Bockschecker; 2017 Bencsik et al, 2021).

Rozdielne myšlienkové pochody tejto generácie priamo súvisia s mierou digitalizácie a s frekvenciou používania IKT. Nasledujúca časť objasňuje ako technológia mení štruktúru nášho mozgu (Tick, 2020).

## 1.2 Vplyv technológie na náš mozog.

Generácia Z je plná rozporov. Podľa názorov pedagógov sú nepozorní a nevedia sa sústrediť. Z vlastnej skúsenosti vieme, denno-denne vidíme, akej digitálnej interaktivity sú schopní a koľko činností zvládajú súčasne. Niektorí vedci sa domnievajú, že nepozornosť, (rozptyl, ktorú musia riešiť pedagógovia po celom svete), je neoddeliteľnou súčasťou nášho digitálneho sveta, pretože ľudský mozog už nie je schopný sa tak rýchlo vyvíjať ako technológie, ktoré vytvára.

Početné štúdie sa zaoberali vplyvom médií na ľudský mozog a správanie. Niektoré výskumy ukázali, že médiá menia naše zvyky a rutiny Carr (2010). Dnes už vieme, že náš mozog, ktorý neprestajne spracováva informácie, reaguje aj na najmenšie zmeny prostredia a prispôsobuje sa im. Táto nádherná vlastnosť sa nazýva plasticita. Neuroplasticita je najdôležitejším výsledkom evolúcie. Táto zmena však nie je vždy žiaduca. Naše zlé návyky môžeme rovnako ľahko osvojiť a fixovať ako tie dobré (Hanson 2017; Price- Duman 2020).

Štúdie poukazujú na to, že mozog detí, ktoré dlho sledujú pohybujúce sa obrázky, si zvykne na vyššiu úroveň podnetov a v realite to budú vyžadovať tiež. Mladých ľudí, zvyknutých na vyššie úrovne stimulov už tradičné vzdelávanie neupútava. V období

dospievania dochádza v mozgu k významným zmenám. Nervové bunky, ktoré sa nepoužívajú pravidelne, odumierajú, takže sa môže stať, že študenti stredných škôl s dobrými výsledkami na vysokej škole alebo univerzite zlyhávajú (Carr 2010). Na druhej strane však prostredie bohaté na podnety pozitívne vplyva na motiváciu a primeraná, konštantná stimulácia preukázateľne rozvíja mozog.

### **1.3 Motivácia**

Motivácia predstavuje vnútorný proces psychologického naštartovania a príčinu ľudského konania a správania. Jednou zo základných zásad motivačného výskumu bola Maslowova (1943) hierarchia potrieb, ktorý ich rozdelil na viac úrovní: fyziologické potreby, potreba istoty a bezpečia, sociálne potreby (potreby lásky spolupatričnosti a prijatia), potreba uznania a úcty, potreba seberealizácie a na najvyššom stupni sú duchovné potreby - sebatranscendencia. Neskôr, v druhej polovici XX. storočia výskumy zistili, že je ťažké pomocou tejto hierarchie predpovedať správanie sa jedinca a nie je jednoznačné či sú potreby na vyšších stupňoch vrodené alebo naučené (Osemeke - Adegboyega, 2017).

Rozlišuje 2 typy motívov, stimulov. Vonkajšie stimuly, nazývané aj, ako vonkajšie motivačné faktory pôsobia z vonkajšieho prostredia. Medzi tieto motivačné faktory zaradíme napr. peniaze alebo majetok, vo vzdelávaní je to hodnotenie študenta – známka. Vnútorné motivačné faktory vychádzajú zvnútra človeka a zahŕňajú všetky popudy. Človek vykoná danú vec kvôli sebe, ženie ho túžba robiť to, čo má rád a naplňa ho to. V tomto zmenenom stave vedomia často prežíva flow (plynutie) keď je dokonale sústredený a prestáva vnímať okolitý svet (Csíkszentmihályi, 2013).

Empirické výskumy poukazujú na to, že aj keď sa sprvoti javia vonkajšie motivačné faktory efektívne, po určitom čase sú neúčinné. Z toho dôvodu je, preto dôležité stimulovať skôr vnútorné ako vonkajšie motívy (Reeve-Deci, 1996). Nasledujúca časť práce opisuje cieľ a metodiku výskumu.

## **2 Cieľ výskumu a metodika práce.**

V akademickom roku 2018/2019 a 2019/2020 sa uskutočnil prieskum medzi študentmi Fakulty Ekonomiky a Informatiky Univerzity J. Selyeho v Komárne. Jedným z vytýčených cieľov bola aj identifikácia motivačných faktorov študentov, ktorého zpoznanie hrá kľúčovú úlohu v procese zefektívnenia vzdelávacích procesov. Ďalším z cieľov bolo zmapovanie obľúbenosti jednotlivých typov úloh, s ktorými sa poslucháči stretávajú na hodinách. Realizácia výskumu prebehla kvantitatívnou metódou pomocou dotazníkového prieskumu. Dotazník bol zhotovený pomocou Google Drive a elektronicky rozposlaný prostredníctvom informačného portálu AIS.

Odpovede boli anonymné. Dotazník zahrňoval prevažne 5 stupňové tvrdenia typu Likert (1- vôbec s tým nesúhlasím, 5-úplne súhlasím), ale boli aj otvorené otázky, kde mohli študenti napísať svoj vlastný názor. Odpovede boli spracované pomocou programu Excell a SPSS.

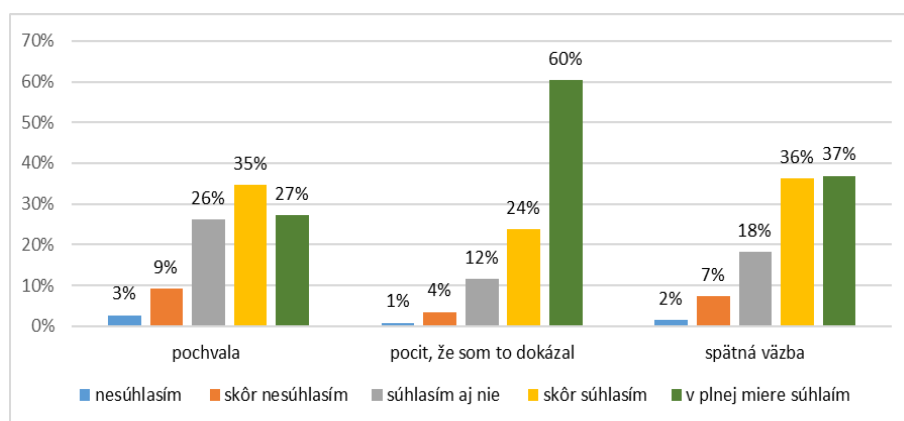
### 3 Výsledky

V našom prieskume sme analyzovali celkom 260 odpovedí. Zúčastnilo sa ho 138 žien a 122 mužov. S tvrdením, že súčasná vyučovacia metóda ich dostatočne motivuje skôr súhlasí a v plnej miere súhlasí 36 percent respondentov, skôr nesúhlasí a vôbec nesúhlasí 22 percent. Až 42 percent respondentov sa nevedelo rozhodnúť či ich daná vyučovacia metóda dostatočne motivuje alebo nie.

Skúmali sme 10 motivačných faktorov (pochvala, pocit, že som to dokázal, spätná väzba, uznanie spolužiakov, byť medzi najlepšími, aby boli na mňa hrdí, víťazstvo, známky, pocit dôležitosti a odmena). Pri tejto otázke mohli dopísať respondenti aj iné faktory, ktoré ich motivujú. Zistili sme, že ich motivuje aj predstava získania finančne lepšie hodnotenej pracovnej pozície, sebazdokonaľovanie, rodina a deti, príležitosť zamestnať sa v zahraničí, túžba po vedomostiach a možnosť získavania nových poznatkov.

Pre lepší prehľad a znázornenie odpovedí boli získané informácie spracované do troch diagramov. Prvý diagram (obr.1) graficky znázorňuje mieru dôležitosti motivačných faktorov akou je pochvala, pocit, že som to dokázal a pozitívne posilnenie.

**Obr. 1: Dôležitosť jednotlivých motivačných faktorov**



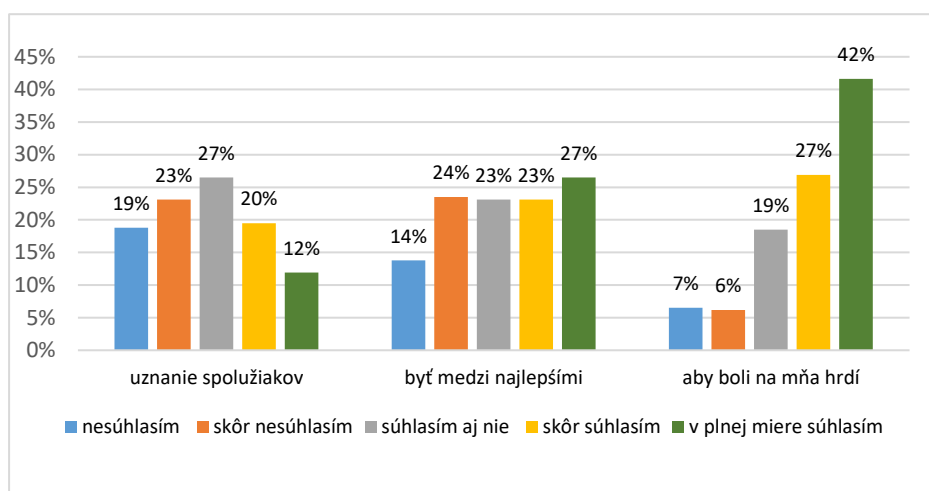
Zdroj: vlastné spracovanie na základe získaných primárnych údajov

Z výsledkov vidíme, že všetky 3 motivačné faktory vo veľkej miere vplývajú na motiváciu študentov. Skôr súhlasí a v plnej miere súhlasí s všetkými troma spomínanými faktormi vyše polovica opýtaných. V prípade pochvaly je táto hodnota 62, v prípade spätnej

väzby 73% a v prípade pocitu, že som to dokázal až 84. Najviac nerozhodných bolo pri pochvale (26%), nasledovalo pozitívne posilnenie (18%) a najmenej nerozhodných bolo pri pocite, že som to dokázal. (12%).

Odpovede na motivačné faktory: uznanie spolužiakov, byť medzi najlepšími, aby boli na mňa hrdí znázorňuje obr. 2.

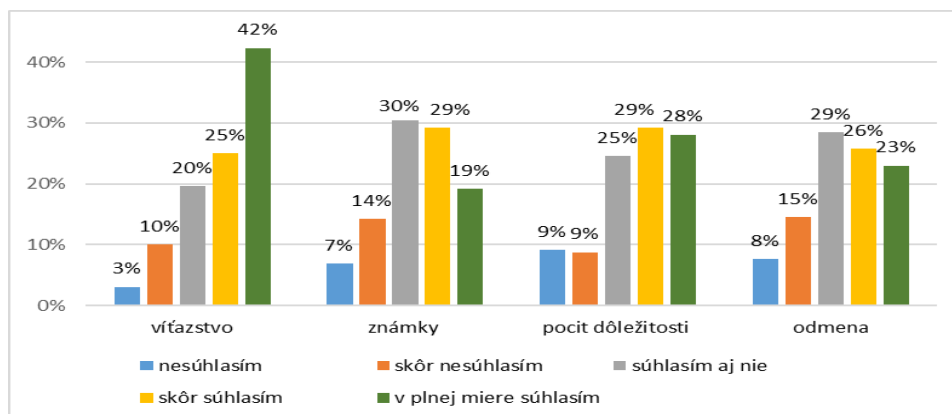
**Obr. 2: Dôležitosť jednotlivých motivačných faktorov**



Zdroj: vlastné spracovanie na základe získaných primárnych údajov

Uznanie zo strany spolužiakov len v malej miere motivuje poslucháčov. Súhlasí s tým len 32 percent opýtaných. Naopak, až 42 % účastníkov, to nemotivuje. Pri motivačnom faktore: byť medzi najlepšími, boli jednotlivé odpovede veľmi rovnomerne rozložené. Napriek tomu môžeme skonštatovať, že polovicu opýtaných (50%) motivuje súťaž a súťaženie. Až 42 % zúčastnených v plnej miere a 27% skôr motivuje to, ak sú na nich hrdí. Ďalšie skúmané motivačné faktory boli víťazstvo, známky, pocit dôležitosti a odmena (obr. 3).

**Obr. 3: Dôležitosť jednotlivých motivačných faktorov**



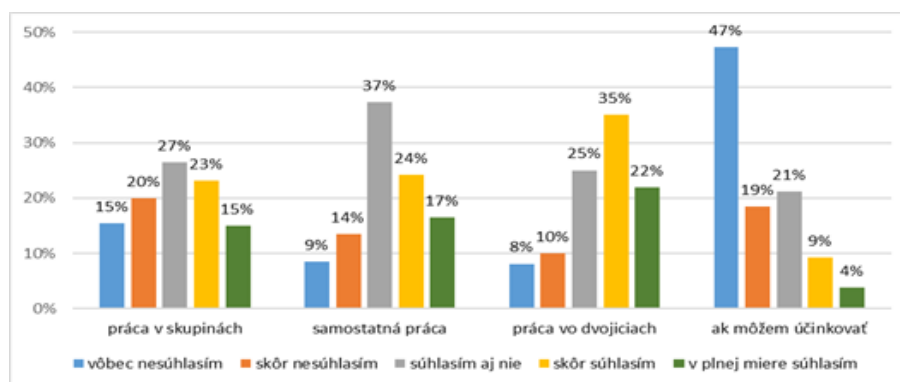
Zdroj: vlastné spracovanie na základe získaných primárnych údajov

Štvrtina opýtaných sa nevedela rozhodnúť či ich pochvala motivuje alebo nie, ale v konečnom dôsledku 62% poslucháčov súhlasí s daným tvrdením Je zaujímavé, že aj keď pri motivačnom faktore byť medzi najlepšími boli veľmi rovnomerne rozložené odpovede a zo všetkých skúmaných faktorov bola práve tu najmenšia diferenciácia (obr.2), víťazstvo, ako motivačný faktor v plnej miere motivuje až 42% opýtaných. Ak zoberieme do úvahy aj tých, ktorí skôr súhlasia s tvrdením tak sa pomer zvýši na 67. Pri víťazstve boli tie isté hodnoty 27% a 23. Z odpovedí vyplýva, že pri motivačných faktoroch, akou je známka a odmena, je pomerne vysoký pomer nerozhodných respondentov (30% a 29%).

Skúmaním motivačných faktorov sme dospeli k záveru, že študentov v najväčšej miere motivujú vnútorné motivačné faktory. Je to v prvom rade pocit, že som to dokázal (úplne súhlasí 62%), aby boli na mňa hrdí (úplne súhlasí 42%) a rovnakým podielom (42%) ich motivuje aj víťazstvo.

Výskum mal za cieľ aj zmapovať, aké typy a aký spôsob riešenia úloh preferujú vysokoškooláci. Zameriavali sme sa najčastejšie činnosti, akou je skupinová a samostatná práca, práca vo dvojiciach, riešenie prípadových štúdií, analýza krátkych filmov, riešenie skutočných problémov z praxe, úlohy s výpočtami, hravé učenie, súťaženie, používanie smartfónu a úlohy, nad ktorými môžu premýšľať. Výsledky zobrazujú nasledujúce diagramy.

**Obr. 4: Dôležitosť jednotlivých motivačných faktorov**

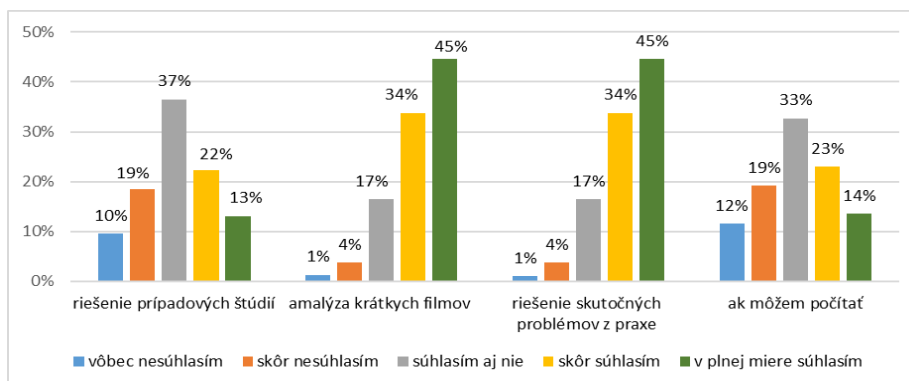


Zdroj: vlastné spracovanie na základe získaných primárnych údajov

Odpovede respondentov poukazujú na to (obr. 4), že najviac preferujú prácu vo dvojiciach a samostatnú prácu. Keď porovnáme počet nerozhodných pri samostatnej práci a práci vo dvojiciach môžeme skonštatovať, že v prípade samostatnej práce je tento pomer vyšší (37%). Najmenej obľúbenou činnosťou je vystupovanie, kam môžeme zaradiť prezentovanie alebo hovorový prejav. Práca v skupinách je zo strany študentov vnímaná protichodne. Kým 38% poslucháčov má rád tento spôsob riešenia úloh, skoro taká veľká skupina (35%) ich neobľubuje.

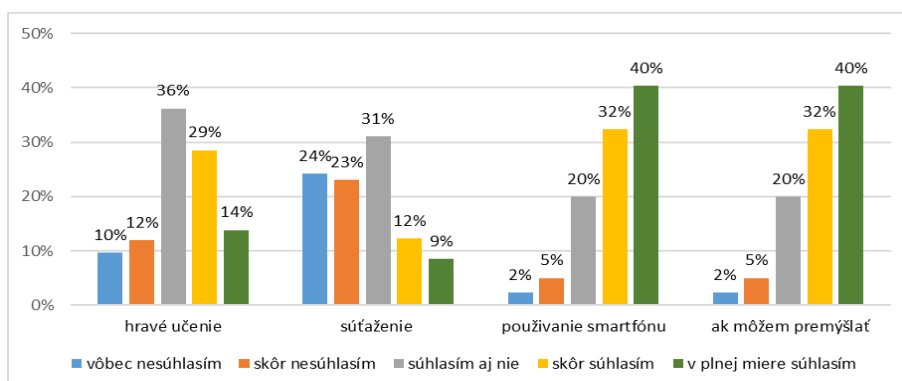
Poslucháči veľmi obľubujú úlohy, pri ktorých môžu riešiť skutočné problémy z praxe (89%) a rovnako veľmi radi analyzujú krátke filmy (89%). Menšej obľube sa tešia úlohy s výpočtami (37%) a riešenie prípadových štúdií (obr. 5).

**Obr. 5: Dôležitosť jednotlivých motivačných faktorov**



Zdroj: vlastné spracovanie na základe získaných primárnych údajov

**Obr. 6: Dôležitosť jednotlivých motivačných faktorov**



Zdroj: vlastné spracovanie na základe získaných primárnych údajov

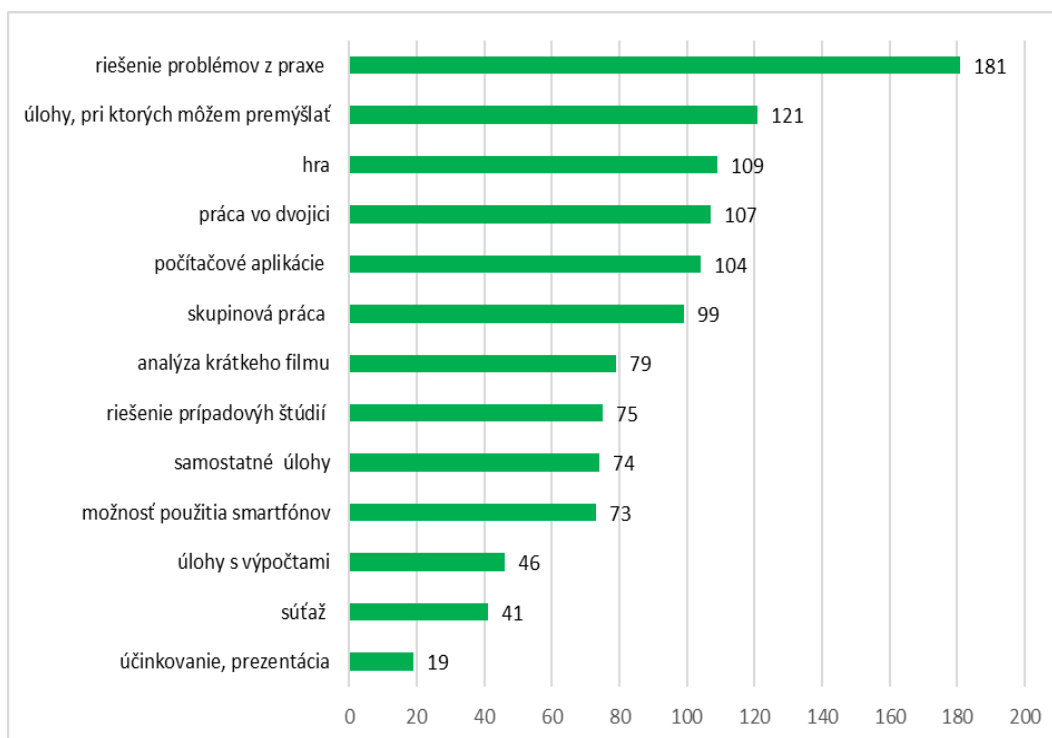
Technológia je pre túto generáciu prirodzenou súčasťou života. To naznačuje aj zistenie (obr. 6), že skoro tri štvrtiny účastníkov (72%) radi riešia na hodinách také úlohy, pri ktorých môžu používať svoj smartfón. Rovnaký počet poslucháčov má rád zložitejšie úlohy, nad ktorými môžu premýšľať. Len každý piaty respondent rád súťaží, tretina je v tomto smere nerozhodná a skoro každý druhý študent vôbec neobľubuje súťaže.

Študenti mali možnosť vyjadriť sa, zastúpenie akých aktivít na hodinách by preferovali vo väčšej miere. Pri tejto odpovedi mohli označiť viacej možností. Počet odpovedí na jednotlivých možnosti aktivít znázorňuje obr. 7. Z diagramu vidíme, že poslucháči by boli radi, ak by na hodinách mohli riešiť v prvom rade viacej úloh z praxe, keby dostávali viacej úloh, pri ktorých môžu premýšľať, ak by bolo väčšie zastúpenie hier, keby mali viac príležitostí



pracovať vo dvojiciach, ak by mali viac možností využitia rôznych počítačových aplikácií a, keby bolo viac skupinovej práce.

**Obr. 7: Aktivity, ktoré by študenti preferovali vo väčšej miere**



Zdroj: vlastné spracovanie na základe získaných primárnych údajov

Môžeme skonštatovať, že študenti by privítali, ak by bolo viac takých úloh, ktoré obľubujú a naopak, menej takých, ktorých nemajú radi, akým je vystupovanie, rôzne súťaže a úlohy s výpočtami.

#### 4 Záver

Hospodársky rast každej krajiny závisí v prvom rade od úspešnosti a efektívnosti procesu rozvoja ľudských zdrojov. Vysoké školy a univerzity majú dôležitú úlohu, veď v prvom rade od nich závisí, akými zručnosťami a vedomosťami vstúpia absolventi na trh práce.

Vysoké školy musia riešiť aj ďalší problém. Ako upútať a motivovať svojich poslucháčov? Ako a čím zaujať ich pozornosť, zvýšiť ich aktivitu na hodinách? (Khusainova-Palekha, 2019). Aby sme ich mohli motivovať, musíme vedieť aké motivačné faktory ich ovplyvňujú. Cieľom nášho výskumu bolo zmapovanie týchto faktorov. Zistili sme, že účastníkov prieskumu viac motivujú vnútorné faktory (pocit, že som to dokázal, aby boli na mňa hrdí, pozitívne posilnenie) ako vonkajšie (známky, odmena), aj keď výsledky empirických výskumov skúmajúce motiváciu rozdielnych kultúr poukazujú na to, že vnútorná motivácia je skôr príznačná pre východnú kultúru, kým západnú kultúru charakterizuje prevaha vonkajších

motivačných faktorov, ako sú napr. peniaze a majetok (Leong et al, 2018). Je zaujímavé, že samotné hodnotie (známky) motivovali respondentov v omnoho menšej miere, ako vnútorný pocit z toho, že danú úlohu úspešne zvládli. Zástupcovia Generácie Z, neustále hľadajú výzvy vo všetkých oblastiach života. Tieto výzvy očakávajú aj vo vzdelávaní. To potvrdzuje aj náš výskum, podľa ktorého poslucháči radi rieša skutočné problémy z praxe, majú radi úlohy, pri ktorých môžu premýšľať a obľubujú hravý spôsob učenia.

Motivácia študentov zvyknutých na neustálu interakciu a okamžitú spätnú väzbu vyžaduje kreativitu a maximálne využitie všetkých dostupných IKT prostriedkov. V záujme efektívneho rozvoja ľudských zdrojov je potrebná aj užšia spolupráca medzi podnikmi a vysokoškolskými vzdelávacími inštitúciami. Ako ukazuje aj náš výskum je o to záujem aj zo strany študentov.

## **Bibliografia**

- Baumöl, U., & Bockshecker, A. (2017, July). Evolutionary change of higher education driven by digitalization. In 2017 16th International Conference on Information Technology Based Higher Education and Training (ITHET) (pp. 1-5). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ITHET.2017.8067811>
- Bencsik, A, Mezeiová, A, Öszeme Samu, B. (2021) Gamification in higher education (case study on a management subject). *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*. Vol. 20, no. 5 (2021), p. 211-231. ISSN 1694-2116. DOI 10.26803/IJLTER.20.5.12
- Berkup, S. B. (2014). Working with generations X and Y in generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218-218. <http://dx.doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>
- Carr, N. (2010). *The shallows: How the internet is changing the way we think, read and remember*. Atlantic Books Ltd.
- Csikszentmihalyi, M. (2013). *Flow: The psychology of happiness*. Random House.
- Hanson, J., Yang, Y., Paliwal, K., & Zhou, Y. (2017). Improving protein disorder prediction by deep bidirectional long short-term memory recurrent neural networks. *Bioinformatics*, 33(5), 685-692. <https://doi.org/10.1093/bioinformatics/btw678>
- Khusainova, S., & Palekha, K. (2019). GENERATION Z: WAYS, METHODS AND FORMS OF TRAINING (TO THE QUESTION OF INCREASING THE MOTIVATION OF STUDENTS AND THE PROFESSIONAL GROWTH OF TEACHERS). In ICERI2019 Proceedings (pp. 3670-3675). IATED. doi: [10.21125/iceri.2019.0941](https://doi.org/10.21125/iceri.2019.0941)

- Leong, K. E., Tan, P. P., Lau, P. L., & Yong, S. L. (2018). Exploring the Relationship between Motivation and Science Achievement of Secondary Students. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 26(4).
- Melichová, K., Hrivnák, M., & Roháčiková, O. (2017). Multiplier effects and economic impact of university spending - case study of sectoral and spatial aspects of expenditures of Slovak University of Agriculture in Nitra, *Acta Oeconomica Universitatis Selye* 6(2): 119-137.
- Osemeke, M., & Adegboyega, S. (2017). Critical review and comparism between Maslow, Herzberg, and McClelland“ s theory of needs. *Funai Journal of Accounting, Business and Finance*, 1(1), 161-173.
- Price, R. B., & Duman, R. (2020). Neuroplasticity in cognitive and psychological mechanisms of depression: an integrative model. *Molecular psychiatry*, 25(3), 530-543. <https://doi.org/10.1038/s41380-019-0615-x>
- Reeve, J., & Deci, E. L. (1996). Elements of the competitive situation that affect intrinsic motivation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(1), 24-33. <https://doi.org/10.1177%2F0146167296221003>
- Rzemieniak, M., & Wawer, M. (2021). Employer Branding in the Context of the Company’s Sustainable Development Strategy from the Perspective of Gender Diversity of Generation Z. *Sustainability*, 13(2), 828. <https://doi.org/10.3390/su13020828>
- Tick, A. DIGITAL LEARNING–SUNSHINE AND SHADOW.
- Vlasenko, L. V., Ivanova, I. A., & Pulyaeva, V. N. (2019). The academic motivation of generation Z: value-oriented and cognitive aspects. *International Journal of Applied Exercise Physiology*, 8(2.1), 1023-1031.

## Contact

Adriana Mezeiová

J. Selye University, Faculty of Economics and Informatics

Bratislavská cesta 3322, 945 01 Komárno, Slovakia

[mezeiovaa@ujss.sk](mailto:mezeiovaa@ujss.sk)