

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
v Českých Budějovicích
Zemědělská fakulta

Katedra biologických disciplín

Studijní program: Zemědělská specializace

Studijní obor: Biologie a ochrana zájmových organismů

Bakalářská práce:

Spokojenost s návštěvou ZOO Hluboká

Vypracoval:

Čeněk Pangrác

Vedoucí práce:

doc. RNDr. Josef Navrátil Ph.D.

České Budějovice 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma **„Spokojenost s návštěvou ZOO Hluboká“** vypracoval na základě vlastních zjištění a materiálů uvedených v přehledu použité literatury. Dále prohlašuji, že v souladu s § 47 b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne

Podpis:

Poděkování

Rád bych poděkoval svému vedoucímu doc. RNDr. Josefu Navrátilovi Ph.D. za pomoc při tvoření dotazníku a pomoc se statistickými výpočty a za trpělivost. Dále bych chtěl poděkovat vedení ZOO Hluboká za možnost sběru dotazníků u východu ze ZOO.

Abstrakt

Cílem této práce bylo zjistit, jaké služby návštěvníci pokládají za nejvíce významné a jak jsou s konkrétními službami v ZOO Hluboká spokojeni. Analýzou získaných dat byl získán přehled o tom, jak ZOO naplnila očekávání návštěvníků a tudíž, jakou má šanci, že návštěvník přijde znovu nebo ZOO doporučí známým.

Praktické využití této práce spočívá v možnosti rozvoje návštěvnosti ZOO Hluboká na základě analýzy dat získaných primárním výzkumem. Výsledky práce ukázaly, že ZOO nenaplnila všechny potřeby návštěvníků.

Klíčová slova: ZOO Hluboká, spokojenost, služby, návštěvník ZOO

Abstrakt

The main goal of this work was to find out what services the visitors consider to be the most important and how they are satisfied with the specific services at the Hluboká ZOO. The analysis of the obtained data provided an overview of how ZOO fulfilled the expectations of the visitors and thus how likely will the visitors come again or will recommend the ZOO to the acquaintances.

The practical use of this work lies in the possibility of developing the visitors of Hluboká ZOO based on the analysis of data obtained from primary research. The results of the work showed that the ZOO did not fulfill all the needs of the visitors.

Key words: ZOO Hluboká, satisfaction, service, ZOO's visitor

1. Úvod	9
2. Literární rešerše.....	10
2.1 Historie, účel a význam ZOO.....	10
2.1.1 Historie.....	10
2.1.2 Účel a význam ZOO.....	11
2.1.3 Zoologická zahrada Hluboká, Hluboká nad Vltavou	12
2.2 Spokojenost s nabídkou služeb	13
2.2.1 Definování služby	13
2.2.2 Definování spokojenosti.....	14
2.2.3 Sledování spokojenost návštěvníků	14
2.3 Spokojenost s návštěvou ZOO	15
2.3.1 Nabídka zvířat	15
2.3.2 Nabídka služeb.....	16
3. Metodika	17
3.1 Design dotazníku.....	17
3.2 Sběr dat	20
3.3 Zpracování dat.....	20
3.4 Použité statistické metody.....	20
3.5 Profil respondentů	22
4. Výsledky	27
4.1 Hodnocení spokojenosti s jednotlivými položkami	27
4.2 Vazba dílčích spokojeností na celkovou spokojenost	29
4.3 Zjištění hlavních proměnných ovlivňujících celkovou spokojenost	31
4.4 Vliv pohlaví na parciální spokojenost.....	31
4.5 S kým byla provedena návštěva.....	33
4.6 Korelace dílčí spokojenosti s věkem, zájmem o životní prostředí, zájmem o historii a počtem návštěv.....	39
4.7 Vazba významu a spokojenosti	42
5. Diskuze	45
6. Závěr	49
7. Seznam použité literatury.....	50

1. Úvod

Ústřední myšlenkou zoologických zahrad je ochrana volně žijících zvířat a vzdělávání veřejnosti. Mnoho druhů je na pokraji vyhynutí a zoologické zahrady pracují na záchraně jejich genofondu. Poslání zoologických zahrad je však mnohem širší a zoologické zahrady nemohou být pouze centry pro ochranu zvířat, ale musí také zvířata stejně jakou svou práci prezentovat veřejnosti. Příjmy získané zoologickou zahradou generuje právě tato veřejnost, respektive návštěvníci, a ze vstupného a dalších v zoologické zahradě generovaných tržeb je získáváno mnoho finančních prostředků na dílčí aktivity zoologických zahrad.

Proto se zoologické zahrady snaží přilákat co nejvíce návštěvníků. K naplnění tohoto cíle jim slouží služby nabízené v zahradách. Návštěvník spíše půjde do ZOO, kde mají restauraci, dětský koutek, WC, kde jsou jasně označená zvířata atd. než do ZOO, kde služby nenabízí. Mnoho lidí vnímá ZOO jako místo, které slouží k pobavení návštěvníků, trávení volného času a teprve na druhém místě je ochrana zvířat a vzdělávání veřejnosti.

Cílem této bakalářské práce je zjistit, jaké služby návštěvníci pokládají za nejvíce významné a jak jsou s konkrétními službami v ZOO Hluboká spokojeni. Posuzuje se jak celková spokojenost, tak parciální, aby bylo možno definovat konkrétní dílčí položky, které mají největší vliv na celkovou spokojenost. Analýzou spokojenosti a významu získáme přehled o tom, jak ZOO naplnila očekávání návštěvníků a tudíž, jakou má šanci, že návštěvník přijde znovu nebo ZOO doporučí známým.

2. Literární rešerše

2.1 Historie, účel a význam ZOO

2.1.1 Historie

Již hluboko v historii je zakořeněný vztah mezi člověkem a zvířaty. Velmi často se věřilo, že některá zvířata jsou převtělením bohů a byla chována jako důkaz moci a nadřazenosti (Dobroruka a kol., 1989).

Už v dobách egyptských faraonů a čínských císařů vznikaly takzvané zvěřince (Fa a kol., 2011). První zmínka o chovu exotických zvířat se dochovala již z roku 2500 př. n. l. z Egypta. Nedaleko Memphisu bylo na hieroglyfech objeveno, že Egypťané chovali antilopy, gepardy, sokoly a jiné. Faraon Ramses II. si dokonce ochočil lva, který mu pak dělal společníka v bitvách (Fa a kol., 2011).

Na přelomu letopočtu se v Řecku a Římě budovaly ptačí domy, takzvaná aviária. V nich byli chováni např. dudci, křepelky, vlaštovky a jiní ptáci, kteří byli považováni za posvátné (Dobroruka a kol., 1989).

Zahrady moderního typu začaly vznikat až koncem 18. století (Fokt, 2008). V roce 1752 ve Vídni vznikla první zoologická zahrada, založená Františkem Štěpánem Lotrinským. Prvotní účel zahrady měl být císařský zvěřinec, avšak již od svého vzniku měla veřejnost možnost ji volně navštěvovat. Až po roce 1918 byl vstup do ZOO zpoplatněn. Velkým úspěchem zahrady bylo odchování mláděte slona, což podle Hoseyho (2013) bylo až do té doby nemožné. Vzorem pro budování zoologických zahrad se stala Londýnská ZOO, která byla založena roku 1828, a podle které vznikaly další ZOO v 19. století (Dobroruka a kol. 1989).

Průkopníkem v navrhování zoologických zahrad se stal Carl Hagenbeck (Dobroruka a kol. 1989). Hagenbeck byl známý jako obchodník a sběratel zvířat. Vlastnil také cirkus, ve kterém předváděl mnohá exotická zvířata, nejvíce šelmy (Hosey a kol. 2013). Měl svou vlastní vizi zoologické zahrady, kterou si nechal roku 1896 patentovat, avšak uskutečnil ji až roku 1907 (Dobroruka a kol., 1989). Nápad spočíval v tom, že výběhy byly volné a bez mříží. V tomto typu zahrady se měly naplňovat hlavně potřeby zvířat (Hosey a kol. 2013).

Postupem času však některé zahrady přecházely na koncept tzv. hygienických výběhů. Vycházel z nápadu ruského architekta Bertholda Lubetkina. Ten byl zastáncem toho, aby se co nejlépe udržovala hygiena a čistota ve výběžích, avšak na úkor potřeb zvířat (Hancock, 2001).

Skleněné výlohy, kachličky a ocelové dveře jsou sice hygienické, avšak vytváří velmi hlučné prostředí (Hancock, 2001). Nakonec se díky nátlaku veřejnosti opět přecházelo na typ zahrad, kde můžeme vidět zvířata v co nejvěrnějším napodobení jejich přirozeného ekosystému (Hosey a kol. 2013).

Zmínky o chovu exotických zvířat na našem území sahají až před začátek druhé světové války. Jednalo se hlavně o chov zvěře v panských oborách (Jiroušek a kol., 2005). První zoologická zahrada na území České republiky vznikla roku 1919 a to v Liberci. Zřizovatel byl městský magistrát, ale byla více zvěřincem než ZOO. Zmodernizována byla až po druhé světové válce, kdy se stala plnohodnotnou zoologickou zahradou (Fokt, 2008).

Během období Československé socialistické republiky všechny zoologické zahrady řídil stát a kompetenci na vydávání statutu ZOO měl pouze resort ministerstva kultury. Prvotně měli tento statut jen zoologické zahrady v Praze, Brně, Plzni, Liberci, Lešné, Olomouci, Ostravě, Dvoře Králové, Děčíně a Ústí nad Labem. Malé a soukromé zahrady měly statut ZOO koutku (Jiroušek a kol., 2005). Zprvu byly zahrady na našem území na různých úrovních, avšak postupem času byly tyto úrovně pozdvihovány a začalo se dosahovat velmi kvalitních výsledků v oblasti chovu zvířat v zajetí (Jiroušek a kol., 2005).

Roku 1990 vznikla v Bratislavě Unie českých a slovenských zoologických zahrad – UCSZ. Zakládajících zahrad bylo 15, 13 českých a 2 slovenské. Nyní je členem unie 19 zahrad. Díky zvyšování úrovně našich zoologických zahrad projevila zájem o kooperaci s UCSZ Evropská asociace zoologických zahrad a akvárií – EAZA (Jiroušek a kol., 2005).

2.1.2 Účel a význam ZOO

Postupem času se účel zoologických zahrad měnil. Nejprve byla zvířata chována jen pro užitek, později pro zábavu, ukázkou moci a bohatství. Nyní by to mělo být hlavně z důvodu ochrany zvířat, a to primárně těch ohrožených, ale i ostatních (Dobroruka a kol. 1989).

Zoologické zahrady, jako vzdělávací prostředek, jsou využívány až v současnosti. Zprvu se jednalo hlavně o zařízení kulturní a relaxační. Vzdělávací činnost spočívá ve vedení zájmových kroužků pro děti, výstavách, besedách a mezinárodních kampaních. Spousta zahrad zřídila i naučné stezky. Jelikož se moderní koncept zahrad snaží co nepřesněji napodobit přirozené prostředí zvířat, získává návštěvník i představu o ekosystému, v němž živočich žije (Fokt, 2008).

Již od 18. století zoologické zahrady poskytují uhynulá zvířata ke zkoumání zoologům a anatomům, toto platí i v současnosti (Dobroruka a kol. 1989). Etologové také v hojné míře využívají možnost v zahradách zvířata pozorovat. Ať už pro ověření výsledků získaných v přírodě nebo jako přípravu na pozorování v divočině (Dobroruka a kol. 1989). Mnoho zvířat uskutečňuje většinu svého chování v přírodě skrytě. Díky jejich chovu v zoologických zahradách můžeme tyto životní projevy pozorovat (Jiroušek a kol., 2005).

Zkoumáním chování zvířat *in situ* se zoologové mohli naučit, jak lépe zajistit potřeby zvířat chovaných v zajetí (Fa a kol. 2011). Díky tomu se dnes daří rozmnožovat zvířata, u kterých to ještě v 50. letech bylo považováno za nemožné. Poznatky ze zoologických zahrad využívají hlavně vysoké školy, zoologické ústavy, muzea atd. Poznatky ze zahrad také rozšiřují mnohé vědní obory např. parazitologii, biochemii, ekologii, hematologii a mnohé další (Dobroruka a kol. 1989).

V moderní době se zoologické zahrady využívají také jako genové banky. Díky tomu je možné zabránit křížení zvířat s nejasným původem. U ohrožených druhů zvířat se kvůli tomu zřizují i plemenné knihy (Jiroušek a kol. 2005). Obrovským přínosem chovu v zoologických zahradách je i možnost zpětného vypouštění chovaných druhů do volné přírody. Tím se zajišťuje udržení počtu jedinců v přírodních populacích a jejich genetické variability (Fa a kol., 2011).

Vzhledem k tomu, že od roku 1900 vymře na světě každoročně několik druhů, začaly zahrady pečovat o ohrožené druhy, a to dokonce dříve než organizace pro ochranu přírody. Za svou záchranu jim vděčí např. kůň przewalského (*Equus przewalskii* Poliakov, 1881), jelen milu (*Elaphurus davidanus* Milne – Edwards, 1866) a další (Dobroruka a kol. 1989). Dnes zoologické zahrady úzce spolupracují s organizacemi pro ochranu zvířat a jejich ekosystémů. Primárně jsou to Mezinárodní svaz ochrany přírody a World Wildlife Fund, které jsou nejaktivnějšími institucemi na ochranu přírody (Jiroušek a kol. 2005).

2.1.3 Zoologická zahrada Hluboká, Hluboká nad Vltavou

ZOO v Hluboké byl založena Adolfem Schwarzenbergem. Její výstavbu započal na podzim roku 1937 a pro veřejnost se poprvé otevřela 1. května 1939. Koncem 50. let byla rozloha zahrady cca 0,5 ha a bylo zde chováno k osmdesátce druhů. Zoo byla vedena jako ZOO koutek bez větších ambicí na rozmnožování svých chovanců. Až do roku 1971 zažívala ZOO obrovský úpadek a teprve po změně provozovatele začala zahrada opět získávat na atraktivitě. V roce 1972 byla zřízena nová příspěvková organizace, Zoologická zahrada Hluboká se sídlem v Hluboké nad Vltavou. Od této chvíle zažívala zahrada prakticky už jen vzestup. Vznikaly nové expozice, zvětšoval se areál, přibývaly nové druhy atd. ZOO se také zapojuje do spousty programů na reintrodukcii druhů, např. krkavce, puštíka, ale i veverky hnědé. Základní informace jsou obsaženy v Tabulce 1 (ZOO Hluboká, 2018).

Tabulka. 1 Základní informace o ZOO (ZOO Hluboká, 2018)

ZOO Ohrada (rok 2016)	
Vstupné	110,-/dospělý
Počet druhů/jedinců	352/2343
Počet návštěvníků za rok	259.660
Rok otevření	1939
Velikost (přístupná veřejnosti)	4,5 ha

2.2 Spokojenost s nabídkou služeb

2.2.1 Definování služby

Kotler (2011) definuje službu jako jakoukoliv schopnost nebo činnost kterou nabízí jedna strana druhé. Podstata služby je nehmotná a nejedná se tudíž o jakékoliv hmotné vlastnictví. Nabízené služby mohou být spojovány s nějakým hmotným produktem, ale nemusí.

Podle Bednářové a Parmové (2003) se jedná o nabízení nehmotného majetku za peníze, k saturaci potřeb zákazníka. Služba může být určitá činnost, uspokojení nebo výhoda poskytovaná k prodeji nebo nabízená jako doplněk k zakoupenému zboží.

Služba, jakožto činnost s určitým prvkem nehmotnosti, vyžaduje vzájemné působení, ať se zákazníkem samotným nebo se zákaznickovým majetkem. Za výsledek dané služby se nepovažuje převod vlastnických práv. Ze služby může vyplynout změna podmínek a její produkce může nebo nemusí úzce navazovat na nějaký fyzický produkt (Payne, 1996).

Zákazník nevnímá jako nejlepší službu tu nejkvalitnější, ale tu, kterou je schopen a ochoten zaplatit. Tudíž je třeba zkombinovat kvalitu s přijatelnou cenou (Beránek, 2003). Další faktor ovlivňující spokojenost se službou je přístup k zákazníkovi. Každý dá raději přednost firmě (prodejci), který je vstřícný a dbá na dobré zacházení se zákazníkem (Martin, 1994). Kvalita nabízené služby je jeden z prvků ovlivňujících konkurenceschopnost. Proto je dobré, aby si zákazník myslel, že získal službu vyšší kvality, než očekával (Kotler, 2007).

2.2.2 Definování spokojenosti

Spokojenost návštěvníka je součástí oblasti nehmotných zdrojů, které rozhodují o úspěšnosti podniku (firmy). V podstatě by měla spokojenost zákazníka vycházet z teorie rozporu. Ta tkví v porovnání představy o charakteristikách výrobku (služby) před jeho koupí a po ní. Pokud zkušenost po nákupu naplní, ba dokonce předčí očekávání, je zákazník spokojen. Pokud se očekávání nenaplní, je nespokojen (Foret, Stávková, 2003).

Celková spokojenost návštěvníka je přímo závislá na získaných pocitech ze služby (produktu). Jedná se buď o zklamání nebo potěšení. Většině podniků se vyplatí se snažit o vysokou spokojenost u zákazníka. Pokud by byla spokojenost pouze dobrá a ne vysoká, mohl by zákazník koupit obdobnou službu (produkt) u jiné firmy, která nabízí lepší kvalitu. Vysoce spokojení zákazníci bývají více věrní značce a rádi se vrací do stejného podniku (Kotler, 2001).

Dané požadavky na službu (produkt) zákazník odvozuje od svých okamžitých potřeb, ze zkušeností získaných v minulosti nebo také z informací, které mu poskytlo jeho okolí, toto se vztahuje i na reklamu. Pokud se požadavky zákazníka plně uspokojí tím, co se v nabídce trhu momentálně vyskytuje, je nad míru spokojen. Co se týče satisfakce zákaznickova očekávání, je většinou neuspokojivá (Nenadál a kol., 2008).

2.2.3 Sledování spokojenost návštěvníků

Dle Zbořila (1998) se dají zdroje informací o spokojenosti zákazníků rozdělit na primární a sekundární. Primární pramen údajů, kterým bývají zejména jednotlivci nebo organizace, se dále může dělit na interní a externí. Interní jsou například kompetentní pracovníci zadávajícího podniku. Externí mohou být konzultanti, pracovníci hospodářských orgánů nebo pracovníci nakupující organizace ale také spotřebitelé. Sekundárním pramenem údajů, který se také dělí na interní a externí, může být veškerá literatura a dokumentace, jež byla použita jako zdroj informací pro tuto práci. Konkrétně to mohou být odborné publikace, evidenční záznamy organizace (podniku), výzkumné zprávy, periodika, počítačové databanky a jiné zdroje (Zbořil, 1998).

Primární data můžeme získat třemi různými metodami. Experiment, dotazování a pozorování. Díky tomu jsme schopni získat data jak chování lidí, tak četnost různých jevů, a dokonce i názory lidí a jejich motivy (Foret, Stávková, 2003).

Každá z metod získání primárních dat má v časové posloupnosti výzkumu své vlastní místo. Jejich využívání má jak své výhody, tak i nevýhody, které se liší v závislosti na momentálních podmínkách výzkumu (Kozel, 2006).

Pozorování by mělo probíhat bez kontaktu mezi pozorujícím a pozorovaným. Obrovskou výhodou je, pokud nepotřebujeme, aby byl pozorovaný subjekt ochotný odpovídat na nějaké otázky nebo spolupracovat. Navíc, pokud si není vědom, že jej pozorujeme, nemůže záměrně měnit své chování, a tak měnit i výsledky výzkumu. Pozorování však má i své nevýhody. Prvně je to fakt, že jsou kladeny vysoké nároky na schopnosti pozorovatele. Musí být schopen udržení pozornosti a řádné interpretace pozorovaných skutečností. Nepraktické je například pozorování jevů, které jsou vysoce nepravidelné a díky tomu není možné předvídat jejich výskyt (Kozel, 2006).

Dotazování se může dělit na písemné a osobní. Princip spočívá v odpovídání na otázky respondenty. Vybírá se pouze určitá skupina respondentů, kteří odpovídají nárokům výzkumu. Nevýhoda spočívá v možnosti manipulace výsledky samotnými respondenty (Kozel, 2006).

Poslední metodou je experiment. Ten funguje na principu pozorování, avšak v uměle vytvořených a hlídaných podmínkách. Na začátku experimentu se nastaví konkrétní parametry, podle kterých se dále testuje (Kozel, 2006).

2.3 Spokojenost s návštěvou ZOO

Pro zoologické zahrady je spokojenost návštěvníka klíčová, jelikož čím je spokojenější, tím více tam utratí peněz a zvyšuje se šance, že přijde znovu a/nebo bude šířit dobré jméno. Čím více lidí do ZOO přijde, tím více má ZOO peněz a tím lépe může uspokojovat potřeby návštěvníků (Lee, 2015). Odhaduje se, že se roční návštěvnost všech ZOO na světě pohybuje mezi 600–700 miliony lidí (Holtorf, 2008, Therkelsen, Lottrup 2015). Dle Ryana a Sawarda (2004) lidé ZOO navštěvují, aby byli pobaveni zvířaty, která jsou v ZOO chována. Zoologické zahrady jsou ekonomicky závislé na návštěvnících, proto musí uspokojovat jejich potřeby a zároveň se snažit o přilákání nových návštěvníků (Tomas, Crompton a Scott, 2003).

2.3.1 Nabídka zvířat

Luebke a Matiasek (2013) zjistili úzkou souvislost mezi spokojeností návštěvníka a pozorováním zvířat ve výběžích. Studie doporučuje, že by se ZOO měly zaměřit na možnost pozorování zvířat již při plánování výběhu. Atraktivita zvířat je pro celkovou spokojenost návštěvníka se ZOO důležitá. Čím více máme atraktivních zvířat, tím více lidí se na ně přijde podívat.

Bitgood, Patterson a Benefield (1988) zveřejnili studii, která se zabývá atraktivitou zvířat pro návštěvníky. Atraktivitu popsali jako čas strávený u výběhu zvířete, takže záleželo spíše na náladě a vlastnostech návštěvníků než na atraktivitě zvířat. Margulis, Hoyos a Anderson (2003) a Puan a Zakaria (2007) zjistili, že aktivní zvířata mají u návštěvníků mnohem větší oblibu. Ward, Mosberger, Kistler a Fischer (1998) v jejich studii uvedli, že obliba zvířat je spjata s velikostí jejich těla.

Naproti tomu Balmford, Mace a Leader-Williams (1996) shledali ve své studii, že velikost těla není spojená s atraktivitou zvířete. Small (2012) píše: „Velcí tvorové získávají velký respekt, zatímco většina malých zvířat má tendenci k tomu, být přehlížena.“ Těmito velkými tvory jsou myšleni hlavně velcí savci, konkrétně sloni, lvi, lidoopi, tygři, žirafy, medvědi, nosorožci atd. (Carr, 2016). Small (2012) také tvrdí, že zvířata, která mají mláďata podobná těm lidským jsou atraktivnější, např. gorily či šimpanzi. Na druhé straně plazi a většina bezobratlých je vnímána spíše negativně (Cushing a Markwell, 2011).

2.3.2 Nabídka služeb

V dnešní době vysoké nabídky rekreačních atrakcí je velice důležité, aby ZOO uspokojily požadavky a očekávání široké veřejnosti s nabídkou služeb. Pokud se tak nestane, lidé půjdou ve svém volném čase raději jinam (Tomas, Crompton a Scott, 2003). Jensen (2007) se ve své studii zabývá spokojeností návštěvníka s kvalitou služeb. Jednalo se např. o možnost parkování, dostupnosti toalet a občerstvení. Zjistil, že i tyto služby velmi ovlivňují celkovou spokojenost návštěvníka. Turner, Reisinger a McQuilken (2002) uvádějí, že rozdílné kulturní skupiny mají různé požadavky na uspokojení potřeb. Podle studie Lee (2015) v korejských ZOO měly nejvyšší význam expozice pro děti, následované bezpečností návštěvníků a místy k odpočinku. Porovnáním významu a spokojenosti Lee (2015) zjistila, že ve většině případů spokojenost nedosáhla hodnoty významu. Z toho vyplývá, že zkoumané ZOO selhaly v uspokojení návštěvníka. Ryan a Seward (2004) ve své studii v Hamilton ZOO zjistili, že nejvyšší význam má pro návštěvníky čistota toalet, potom velikost výběhů a „enrichment“ pro zvířata. V otázce spokojenosti bylo na prvním místě „Zoo je místo, kam jít s rodinou“, následované přirozeností výběhů a pozorovacími plošinami pro návštěvníky.

3. Metodika

Pro účely této bakalářské práce byla získána data primární a sekundární. Primární data byla potřebná pro naplnění cíle mé bakalářské práce, což bylo určení faktorů, které ovlivňují jak parciální, tak celkovou spokojenost s návštěvou zoologické zahrady. Tato data byla získána vyhodnocením dotazníků získaných od respondentů a posléze statisticky zpracována, aby bylo možno zjistit, které hodnoty jsou signifikantní a mají pro práci význam. Sekundární data byla získána z literárních zdrojů a jsou obsahem rešeršní části práce.

3.1 Design dotazníku

Dotazník byl sestaven tak, aby v něm byly uvedeny otázky na všechny služby, které by mohly mít vliv na spokojenost s návštěvou ZOO. V první části dotazníku bylo 45 otázek, ty byly rozděleny na 2 položky (význam a spokojenost), na které respondenti odpovídali na stupnici od 1 (nejvíce spokojen/největší význam) do 5 (nejméně spokojen/nejmenší význam). Na stupnici významnosti nás zajímalo, jak si dotazovaný myslí, že je konkrétní služba pro ZOO důležitá. U spokojenosti se jednalo o satisfakci očekávání návštěvníka. Druhá část dotazníku obsahovala 8 otázek. První byla otázka na celkovou spokojenost s návštěvou ZOO, kde byly možnosti určitě spokojen, spíše spokojen, nevím, spíše nespokojen, určitě nespokojen. Další dvě otázky byly navrženy na získání základních demografických údajů, a to pohlaví a věk. Další otázka byla na počet návštěv v posledních 5 letech, kde respondent vyplnil konkrétní číslo. Následující otázka byla na nejvyšší dosažené vzdělání. Zde byly možnosti základní, učňovské/střední bez maturity, střední s maturitou, vyšší odborné, vysokoškolské (Bc.), vysokoškolské (Mgr./Ing.). Další otázka v pořadí se týkala, s kým respondent ZOO navštívil, zde bylo 5 možností a to sám, s dětmi, s přáteli, s partnerem, se zájezdem. Předposlední otázka byla zaměřena na zájem o historii, možnosti na odpověď byly následující: určitě nudná, spíše nudná, nevím, spíše zajímavá, určitě zajímavá. Poslední otázka v dotazníku se týkala četnosti vyhledávání informací o životním prostředí, zde respondent volil mezi odpověďmi nikdy, výjimečně, zřídka, občas, často. Dotazník sestavil můj školitel, doc. RNDr. Josef Navrátil Ph.D., za mých připomínek a připomínek kolegů.

Tabulka 2. Seznam otázek

- 1.1. Přirozené chování zvířat
- 1.2. Celková pohoda zvířat
- 1.3. „Přírodní“ prostředí v klecích
- 1.4. Dostatek místa v klecích k aktivnímu pohybu
- 1.5. Diverzita vybavení klecí/terárií
- 1.6. Úkryty pro zvířata před návštěvníky/sluncem, deštěm

- 1.7 Uzavření expozice v době rozmnožování
- 1.8 Vhodná strava zvířat
- 1.9 Čistota vybavení klecí/terárií
- 1.10 Zacházení personálu se zvířaty
- 1.11 Nerušené pozorování zvířat
- 1.12 Úprava cest v ZOO
- 1.13 Speciální pozorovací místa pro děti
- 1.14 Pestrost a množství chovaných druhů
- 1.15 Bezbariérový přístup k výběhům
- 1.16 Možnost kontaktu se zvířaty
- 1.17 Expozice podle taxonomického systému
- 1.18 Expozice podle geografických oblastí původu
- 1.19 Expozice složená ze zvířat České republiky
- 1.20 Oddělení druhů v expozicích (co klec, to druh)
- 1.21 Cizokrajné rostliny z míst původu zvířat
- 1.22 Přístupnost personálu k návštěvníkům
- 1.23 Komentované prohlídky ZOO
- 1.24 Orientační značení
- 1.25 Vzdělávací akce
- 1.26 Zábavně vzdělávací prvky pro děti
- 1.27 Rozmístění jednotlivých skupin expozic
- 1.28 Jasnost označení zvířat
- 1.29 Informace o chovaných zvířatech přes Internet
- 1.30 Elektronické informace (např. QR kódy)
- 1.31 Bezpečnost návštěvníků
- 1.32 Místa k odpočinku
- 1.33 Restaurace
- 1.34 WC
- 1.35 Terénní úpravy v ZOO
- 1.36 Dostupnost ZOO

- 1.37 Velikost ZOO
- 1.38 Vstupné do ZOO
- 1.39 Parkování
- 1.40 Zábavní zařízení pro děti (hřiště)
- 1.41 Kontejnery/koše na tříděný odpad
- 1.42 Možnost "sponzorování"
- 1.43 Etno artefakty z domoviny zvířat
- 1.44 Prodej suvenýrů
- 1.45 Záchrané odchovy

3.2 Sběr dat

Samotný sběr dat probíhal po dobu jednoho týdne v období letních prázdnin 2017 v časech od 10 do 15 hod. Dotazník mohli vyplnit pouze návštěvníci starší 18 let. Celkem bylo rozdáno 200 dotazníků, z nichž 11 muselo být posléze vyřazeno buď z důvodu chybějících odpovědí nebo statisticky irelevantních dat. Dotazníky byly rozdávány u východu ze zoologické zahrady, a tudíž byl návštěvník ještě plný čerstvých dojmů, které mohl sdělit, a veškeré pozitiva i negativa měl ještě v živé paměti. Výběr dotazovaných byl podle početního klíče, osloven byl každý 10 návštěvník, který odpustil ZOO. Ze skupiny návštěvníků mohl dotazník vyplnit pouze jeden.

3.3 Zpracování dat

Aby mohla být data statistiky vyhodnocena, musela být všem odpovědím přiřazena číselná hodnota. U otázky na celkovou spokojenost byly odpovědi převedeny na číselné hodnoty, a to podle klíče určitě spokojen = 1, spíše spokojen = 2, nevím = 3, spíše nespokojen = 4, určitě nespokojen = 5. U otázky na pohlaví byla odpověď muž převedena na hodnotu 0 a žena na 1. Nejvyšší dokončené vzdělání bylo zapisováno na stupnici od 1 do 6 (1 – základní, 6 – vysokoškolské, Ing./Mgr.). Odpovědi od otázky „S kým byla návštěva provedena“ byly překódovány na číselné označení 1 – sám, 2–s dětmi, 3–s přáteli, 4–s partnerem, partnerkou, 5 – se zájezdem. Také odpovědi na zájem o životní prostředí a historii byly převedeny na hodnoty od 1 do 5, kde 1 byl nejmenší zájem a 5 nejvyšší. Pro snadnější analýzu dat z otázek na parciální spokojenost, musela být tato data transformována. Tzn. 1 byla hodnota pro odpověď určitě nespokojen, 2 spíše nespokojen, 3 nevím, 4 spíše spokojen, 5 určitě spokojen.

Pro zpracování dat byly použity dva programy. První byl MS Excel, ve kterém byla data zkompletována a byly zde dělány grafy a t–test. A druhý program STATISTICA, který byl použit pro svou jednoduchost výpočtů statistických metod jako ANOVA, korelace, post–hoc testy a regrese.

3.4 Použité statistické metody

IPA grid

Jedná se o matici porovnání významu (importance) a spokojenosti (performance), ze kterého je možno zjistit, jestli služba (podnik) splnil zákaznickou představu o zboží. Pokud by zákazník pokládal nějaké položce vysoký význam, ale spokojenost byla malá, znamená to, že zákaznickova potřeba nebyla naplněna a podnik zklamal. Pokud je tomu naopak, podnik (služba) předčil zákaznickova očekávání (Bacon D. R., 2003).

RMANOVA

Tento typ ANOVY je pro opakovaná měření a testuje se s ní vliv jednoho, ale i více faktorů, které byly měřeny opakovaně. Používá se například, když nemůžeme použít jednofaktorovou ANOVU, protože měření jsou na sobě závislá. Při zjištění statisticky významného rozdílu se může dělat tzv. Tukey post-hoc. Toto testování slouží k tomu, abychom zjistil, zdali je zde opravdu rozdíl a nepřikládáme tomuto výsledku až moc velkou váhu (Lepš J., Šmilauer P., 2016).

Korelace

Typy korelace jsou: lineární, mnohonásobná a parciální. Korelace vyjadřuje míru toho, jak jsou spolu dvě kvantitativní proměnné souvislé. Je dána korelačním koeficientem, který může nabývat hodnot od 1 do -1. Jedná se o bezrozměrné číslo, takže není nutné mít obě proměnné ve stejných jednotkách. Při porovnávání více než dvou proměnných se používá korelační matice (Lepš J., Šmilauer P., 2016).

Lineární regrese

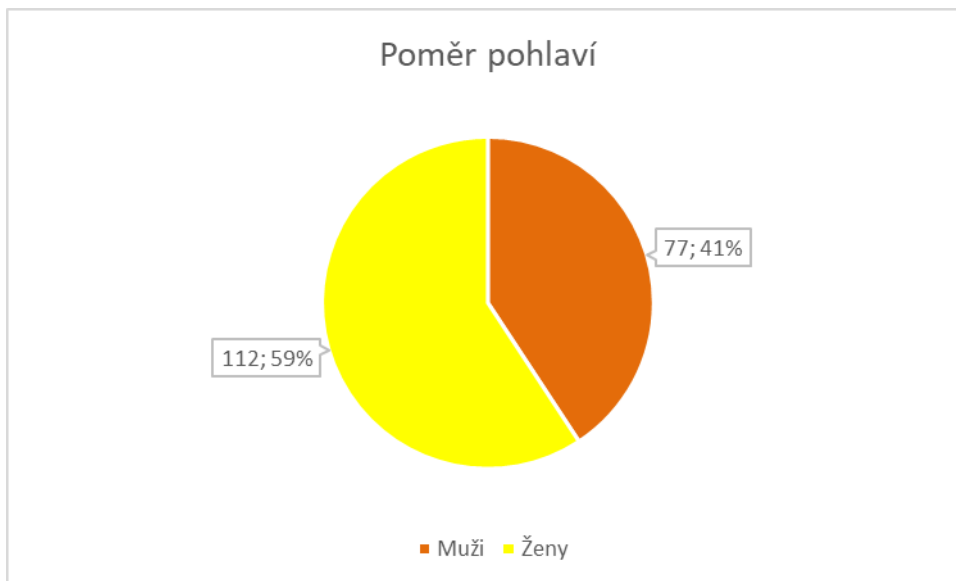
Regrese na rozdíl od korelace není o vazbách mezi proměnnými, ale o závislosti nebo vysvětlení variability. Abychom mohli regresi použít, musí mít data poměrový charakter s normálním rozdělením (Lepš J., Šmilauer P., 2016).

T-test

Základní princip t-testu je, že jeho charakteristiky umožňují testovat hypotézy vázané na průměr. V praktické statistice se normální rozdělení nahrazuje t-rozdělením, které je mu ovšem velmi podobné. T-testů je celá řada, v této práci byl použit párový t-test, ale je například i jednovýběrový a dvouvýběrový. Použitý párový t-test se aplikuje na dvě měření, která jsou vzájemně závislá (dvě měření na jednom objektu). Počítá se, že od jednoho měření se odečte hodnota druhého a zkoumá se, jestli je rozdíl mezi hodnotami 0, pokud ano, nedošlo ke změně proměnné, pokud ne, musí se dále zjistit, jestli je hodnota statisticky významná nebo ne (Lepš J., Šmilauer P., 2016).

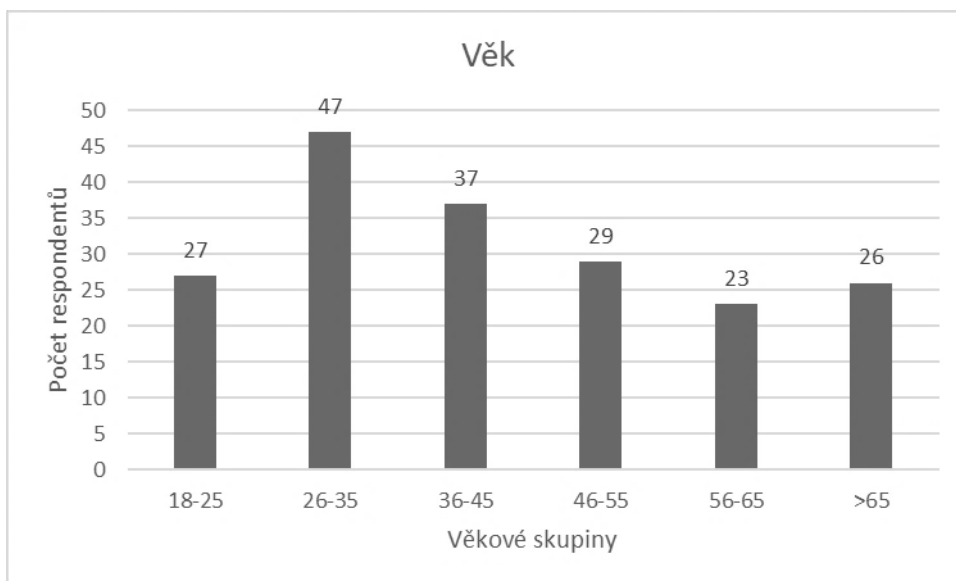
3.5 Profil respondentů

Celkem bylo vyhodnoceno 189 dotazníků. Z nichž vyplnili 77 muži a 112 ženy (Obrázek 1).



Obrázek 1.: Poměr pohlaví respondentů

Průměrný věk u žen byl 43,2 a u mužů 56,8 let. Dle věku byly rozděleny do 5 kategorií. V první kategorii (18 – 25 let) bylo 27 dotazovaných, ve druhé (26 – 35 let) bylo 47 dotazovaných, ve třetí (36 – 45 let) bylo 37 dotazovaných, ve čtvrté (46 – 55 let) bylo 29 dotazovaných, v páté (56 – 65 let) bylo 23 dotazovaných a v poslední kategorii (65 a více let) bylo 26 dotazovaných (Obrázek 2).



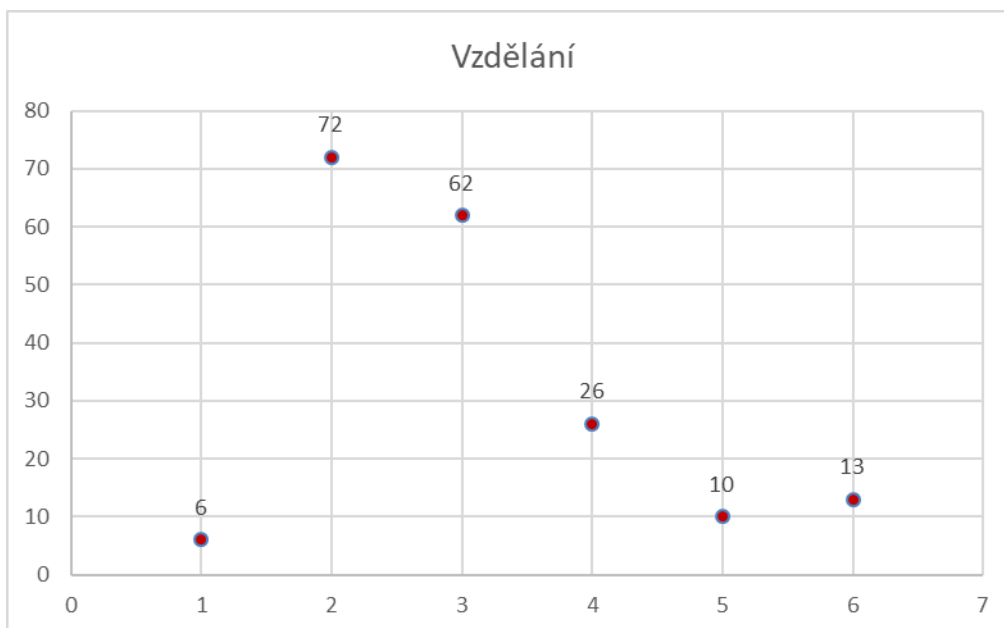
Obrázek 2.: Rozdělení respondentů do věkových kategorií

Respondenti byli v ZOO nejčastěji po prvé v posledních pěti letech, poté bylo nejvíce druhých návštěv, bylo zde i několik návštěvníků, kteří zde byli více než po desáté (Obrázek 3).



Obrázek 3.: Počet návštěv respondentů v posledních pěti letech

Pokud by nás zajímalo nejvyšší dokončené vzdělání respondentů, tak nejvíce jich bylo s učňovským/středním bez maturity – 72, poté s maturitou – 62 naopak nejméně bylo lidí se základním vzděláním jakož to nejvyšším dosaženým – 6 (Obrázek 4).



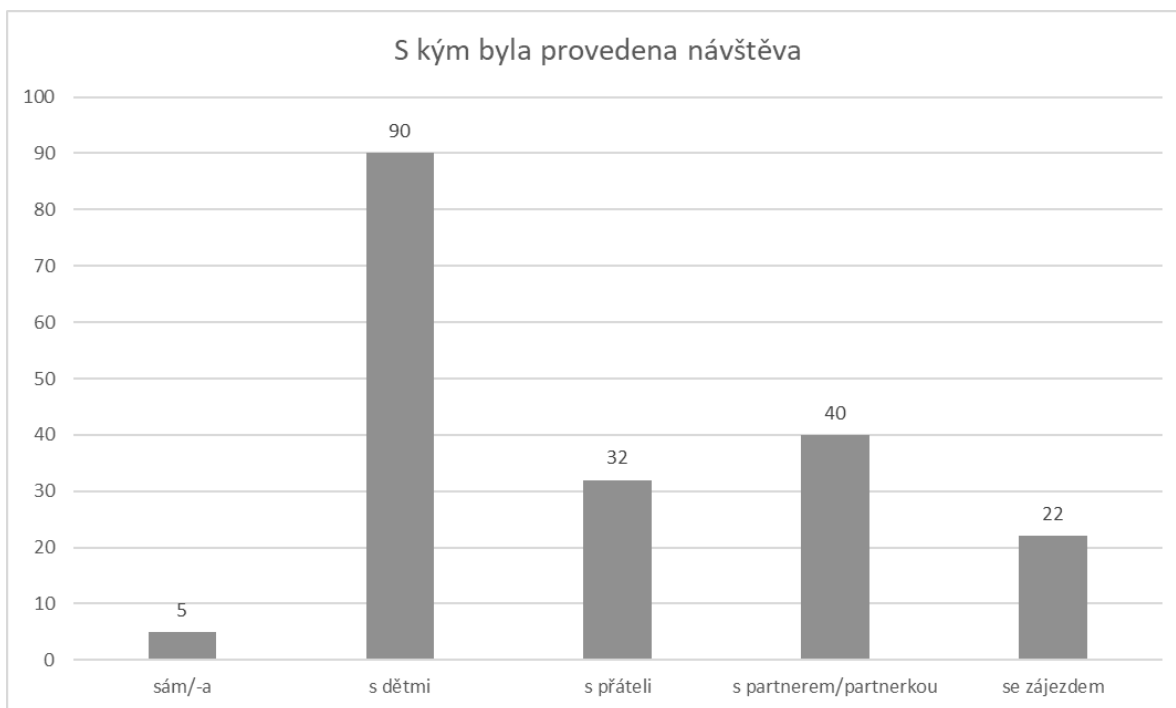
Obrázek 4.: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

- 1–Základní
- 2–Učňovské/střední bez maturity
- 3–Střední s maturitou
- 4–Vyšší odborné
- 5–Vysokoškolské (Bc.)
- 6–Vysokoškolské (Mgr./Ing.)

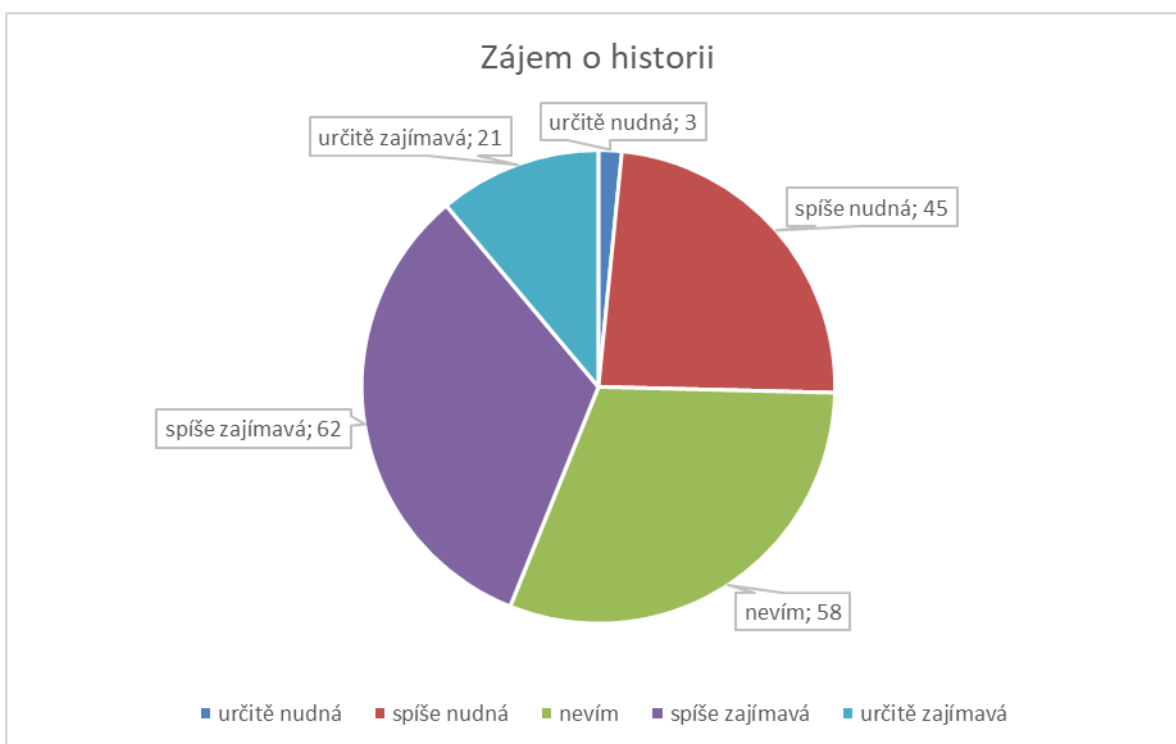
Nejvíce respondentů navštívilo ZOO s dětmi (90), nejméně jich přišlo samo (5). Mezi kategoriemi s přáteli, se zájezdem a s partnerem nebyl moc velký rozdíl (Obrázek 5).

Pouze 3 respondenti uvedli, že je pro ně historie určitě nudná, 45 uvedlo spíše nudná, 58 respondentů zvolilo jako odpověď nevím, 62 historie přijde spíše zajímavá a 21 jako určitě zajímavá (Obrázek 6).

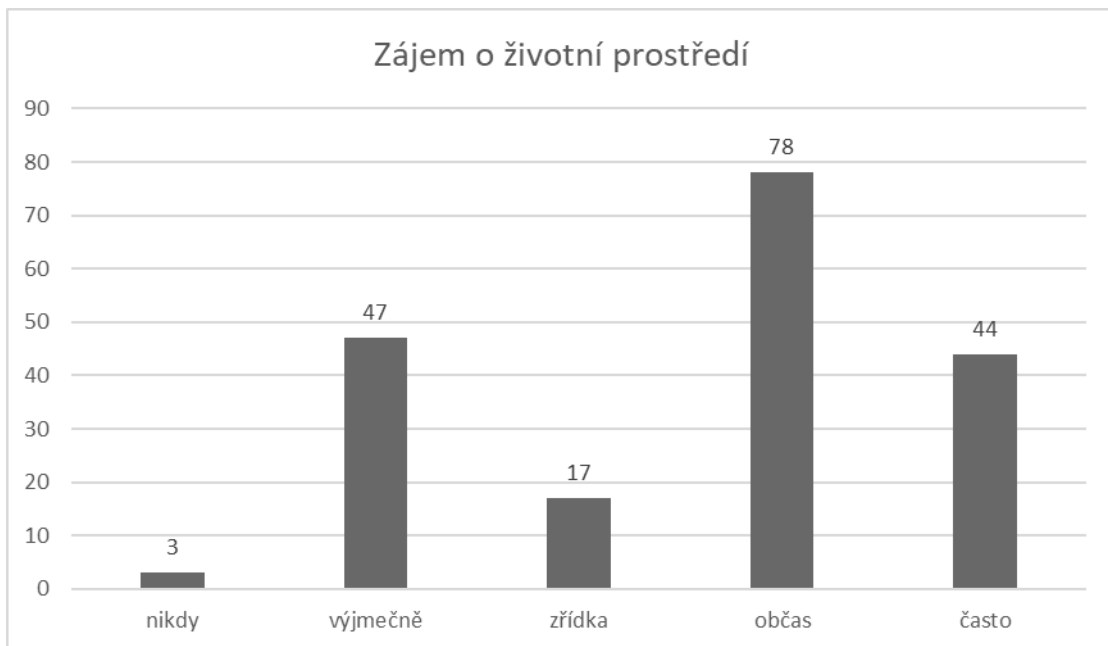
U otázky na četnost vyhledávání informací o životním prostředí uvedli 3 respondenti nikdy, 47 výjimečně, 17 zřídka, 78 občas a 44 často (Obrázek 7).



Obrázek 5.: Počet respondentů podle toho, s kým byla návštěva ZOO provedena



Obrázek 6.: Zájem respondentů o historii



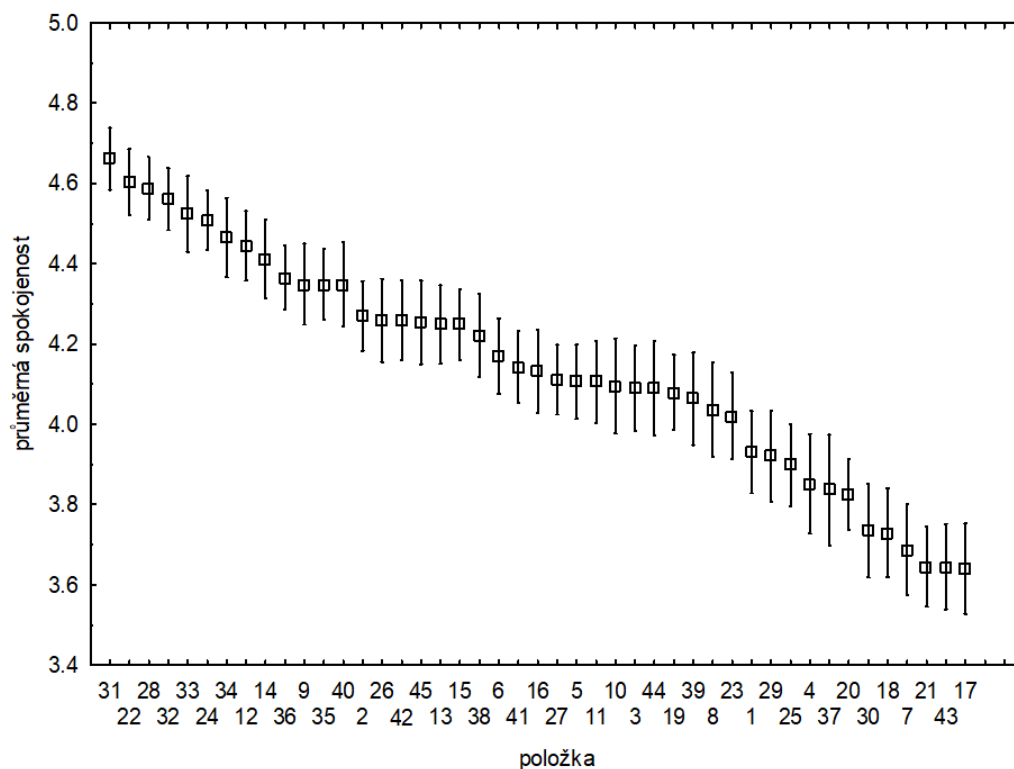
Obrázek 7.: Četnost vyhledávání informací o životním prostředí

4. Výsledky

4.1 Hodnocení spokojenosti s jednotlivými položkami

Pro vyhodnocení průměrné spokojenosti s jednotlivými položkami v dotazníku byla použita RMANOVA ($F_{(44,8272)} = 38,881$ a $p=0,0000$). Z výsledků bylo zjištěno, že nejvyšší dílejší spokojenost byla u položky bezpečnost návštěvníků (31), následována položkou přístup personálu k návštěvníkům (22), na třetím místě byla položka jasnost označení zvířat (28) a na čtvrtém místě položka místa k odpočinku (32). Naopak nejméně byli návštěvníci spokojeni s položkou cizokrajné rostliny z místa původu (21), etnoartefakty z domoviny zvířat (43) a na posledním místě skončila položka expozice podle taxonomického systému (17). Tyto tři poslední položky měly velice podobné průměry (Obrázek 8).

Pomocí Tukeyho post hoc testu bylo zjištěno, že průměry ze všech 45 otázek lze rozdělit do 16 homogenních skupin, které se navzájem prolínají a není mezi nimi významný rozdíl (Tabulka 3).



Obrázek 8. Spokojenost s nabízenými službami zoologické zahrady. Zobrazeny jsou průměry a 95 % intervaly spolehlivosti. Čísla položek, viz Tabulka 2

Tabulka 3. Tukeyho post hoc test s alfa=0,05. Položky viz Tabulka 2

Tukey HSD test; variable DV_1 (ZOO_2017_digitalizace_BP_Pangrác) Homogenous Groups, alpha = .05000 (Non-Exhaustive Search) Error: Within MS = .37927, df = 8272.0																		
Cell No.	R1	DV_1 Mean	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
45	17	3.640212	****															
43	21	3.645503	****															
44	43	3.645503	****															
42	7	3.687831	****	****														
41	18	3.730159	****	****														
40	30	3.735450	****	****														
39	20	3.825397	****	****	****													
38	37	3.835979	****	****	****	****												
37	4	3.851852	****	****	****	****	****											
36	25	3.899471		****	****	****	****	****										
35	29	3.920635		****	****	****	****	****	****									
34	1	3.931217		****	****	****	****	****	****									
33	23	4.021164			****	****	****	****	****	****								
32	8	4.037037			****	****	****	****	****	****								
31	39	4.063492			****	****	****	****	****	****								
30	19	4.079365				****	****	****	****	****								
29	44	4.089947					****	****	****	****								
28	3	4.089947					****	****	****	****								
27	10	4.095238					****	****	****	****								
26	11	4.105820						****	****	****	****							
25	5	4.105820						****	****	****	****							
24	27	4.111111						****	****	****	****							
23	16	4.132275						****	****	****	****	****						
22	41	4.142857						****	****	****	****	****						
21	6	4.169312							****	****	****	****	****					
20	38	4.222222								****	****	****	****	****				
19	15	4.248677								****	****	****	****	****				
18	13	4.248677								****	****	****	****	****				
17	45	4.253968								****	****	****	****	****				
15	26	4.259259								****	****	****	****	****	****			
16	42	4.259259								****	****	****	****	****	****			
14	2	4.269841								****	****	****	****	****	****			
13	40	4.349206									****	****	****	****	****	****		
11	9	4.349206									****	****	****	****	****	****		
12	35	4.349206									****	****	****	****	****	****		
10	36	4.365079										****	****	****	****	****	****	
9	14	4.412698											****	****	****	****	****	****
8	12	4.444444												****	****	****	****	****
7	34	4.465608													****	****	****	****
6	24	4.507937														****	****	****
5	33	4.523810															****	****
4	32	4.560847																****

1.skupina položky s nejnižší spokojeností, 16. skupina položky s nejvyšší

4.2 Vazba dílčích spokojeností na celkovou spokojenost

Pro zjištění vazby mezi celkovou spokojeností a dílčími položkami byla použita korelace (Tabulka 4). Výsledky ukázaly, že nejvíce korelovaly s celkovou spokojeností položky přírodní prostředí v klecích (3), rozmístění jednotlivých skupin expozic (27), velikost ZOO (37) a dostatek místa v klecích pro aktivní pohyb (4). Naproti tomu statisticky nevýznamná korelace byla zjištěna u položek bezpečnost návštěvníků (31), prodej suvenýrů (44), WC (34) a na posledním místě úprava cest v ZOO (12).

Tabulka 4. Pearsonovy korelační koeficienty mezi celkovou spokojeností a dílčími položkami spokojenosti. Červeně vyznačeny jsou statisticky významné hodnoty pro $p < 0,05$. Položky viz Tabulka 2

Dílčí položky spokojenosti	Korelační koeficient
3	0.43
27	0.41
37	0.38
4	0.37
8	0.36
5	0.36
23	0.36
36	0.36
21	0.35
38	0.35
25	0.33
11	0.33
32	0.33
43	0.32
1	0.31
2	0.31
16	0.30
30	0.30

18	0.30
26	0.30
17	0.30
22	0.29
39	0.28
10	0.27
28	0.26
15	0.26
29	0.25
42	0.24
45	0.24
24	0.23
19	0.23
9	0.23
6	0.23
33	0.21
14	0.21
40	0.20
7	0.20
41	0.19
13	0.18
35	0.17
20	0.14
31	0.14
44	0.13
34	0.11
12	0.05

4.3 Zjištění hlavních proměnných ovlivňujících celkovou spokojenost

Aby byly zjištěny hlavní proměnné, které ovlivňují celkovou spokojenost bez závislosti na jiných proměnných, byla použita regrese s dopředným výběrem. Regresní model se projevil jako vysoce signifikantní a vysvětluje přes 40 % variability (Tabulka 5). Bylo vybráno 5 hlavních samostatných proměnných. Konkrétně to byly položky velikost ZOO (37), komentované prohlídky (23), přírodní prostředí v klecích (3), vhodná strava zvířat (8) a vstupné do ZOO (38).

Tab. 5. Hlavní proměnné identifikující celkovou spokojenost

Regression Summary for Dependent Variable: 2. (ZOO_2017_digitalizace_BP_Pangrác) R= .64642798 R2= .41786913 Adjusted R2= .40142475 F (5,177) =25.411 p						
N=1 83	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t (177)	p-value
Intercept			1.858924	0.253068	7.345551	0.000000
3	0.210787	0.067242	0.146509	0.046737	3.134748	0.002014
38	0.174737	0.062298	0.123523	0.044039	2.804868	0.005597
23	0.221811	0.060323	0.152467	0.041464	3.677076	0.000313
37	0.245519	0.066228	0.131644	0.035511	3.707166	0.000280
8	0.190266	0.061415	0.119731	0.038647	3.098056	0.002266

4.4 Vliv pohlaví na parciální spokojenost

Testování bylo provedeno pomocí t–testu (Tabulka 6). Statisticky významné rozdíly byly zjištěny celkem u 12 položek dílčí spokojenosti, všechny z těchto položek byly statisticky významnější pro ženy, jedná se o položky vzdělávací akce (25), bezbariérový přístup k výběhům (15), komentované prohlídky ZOO (23), terénní úpravy v ZOO (35), zábavní zařízení pro děti (40), celková pohoda zvířat (2), zábavně vzdělávací prvky pro děti (26), možnost sponzorování (42), prodej suvenýrů (44), vhodná strava zvířat (8), informace o chovaných zvířatech přes internet (29) a etno artefakty z domoviny zvířat (43).

Tabulka 6. Dvouvýběrový t–test Vlivu pohlaví na parciální spokojenost ($p < 0,05$). Červeně zvýrazněny položky se statisticky významným rozdílem. Položky viz Tabulka 2

	t-value
31	-0.30
22	0.11
28	0.33
32	1.43
33	0.52
24	0.31
34	-0.03
12	1.78
14	-0.26
36	1.37
9	0.61
35	2.41
40	3.11
2	2.16
26	2.92
42	2.79
45	0.32
13	1.34
15	3.50
38	1.04
6	0.69
41	1.89
16	1.07
27	1.36
5	-0.43
11	-0.18

10	0.96
3	-0.01
44	2.77
19	1.62
39	-0.76
8	2.14
23	3.37
1	0.15
29	2.44
25	3.71
4	-0.76
37	0.21
20	0.38
30	1.76
18	0.81
7	1.31
21	1.21
43	3.21
17	0.62

4.5 S kým byla provedena návštěva

Na testování vlivu otázky, s kým byla návštěva uskutečněna, byla použita jednofaktorová ANOVA pro rozdílný počet n (Tabulka 7), avšak vzhledem k počtu výsledků byl proveden následný Tukeyho post-hoc test. ANOVA ukázala rozdíl v mnoha případech, avšak následný post-hoc potvrdil rozdíl pouze u několika položek. U položky zábavní zařízení pro děti (40), je patrné, že skupina návštěvníků s dětmi se vymyká nad ostatními skupinami (Obrázek 9). Následující otázka, zábavně vzdělávací prvky pro děti (26), je na tom dosti podobně, i když s méně výrazným odstupem skupiny s dětmi (Obrázek 10). U položky speciální pozorovací místa pro děti (13) jsou na opačných pólech skupiny s dětmi a na druhé straně s přáteli a s parterem (Obrázek 11).

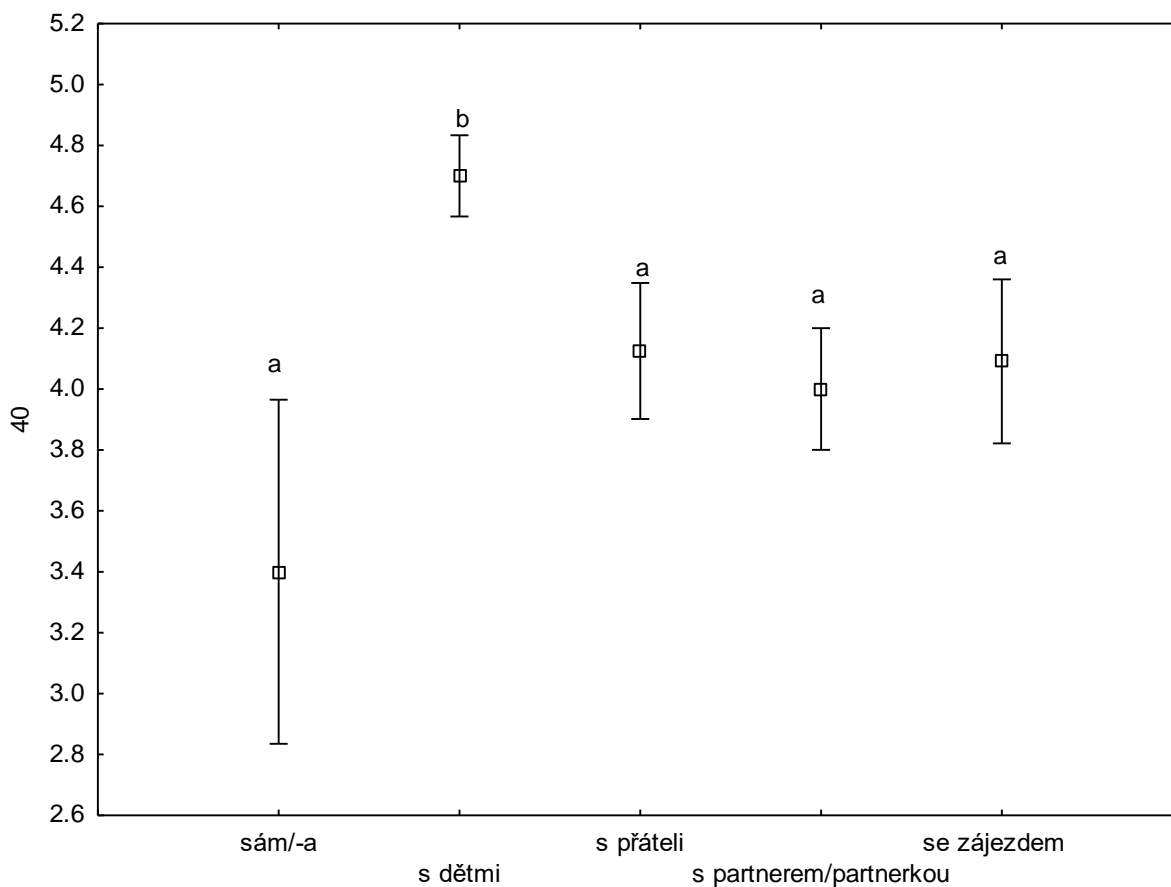
Poslední položka, pro kterou byl významný rozdíl i po provedení post hoc testu, byla možnost kontaktu se zvířaty (16), zde je vidět rozdílnost mezi dvěma skupinami, a to s dětmi a s partnerem/partnerkou (Obrázek 12). U všech diferenciací průměrné spokojenosti podle typu návštěv se významněji odlišovala skupina s dětmi, oproti ostatním. Skupina sám nemohla být vzhledem k nízkému počtu respondentů brána v potaz.

Tabulka 7. ANOVA–vliv s kým byla provedena návštěva na parciální spokojenost. Položky viz Tabulka 2

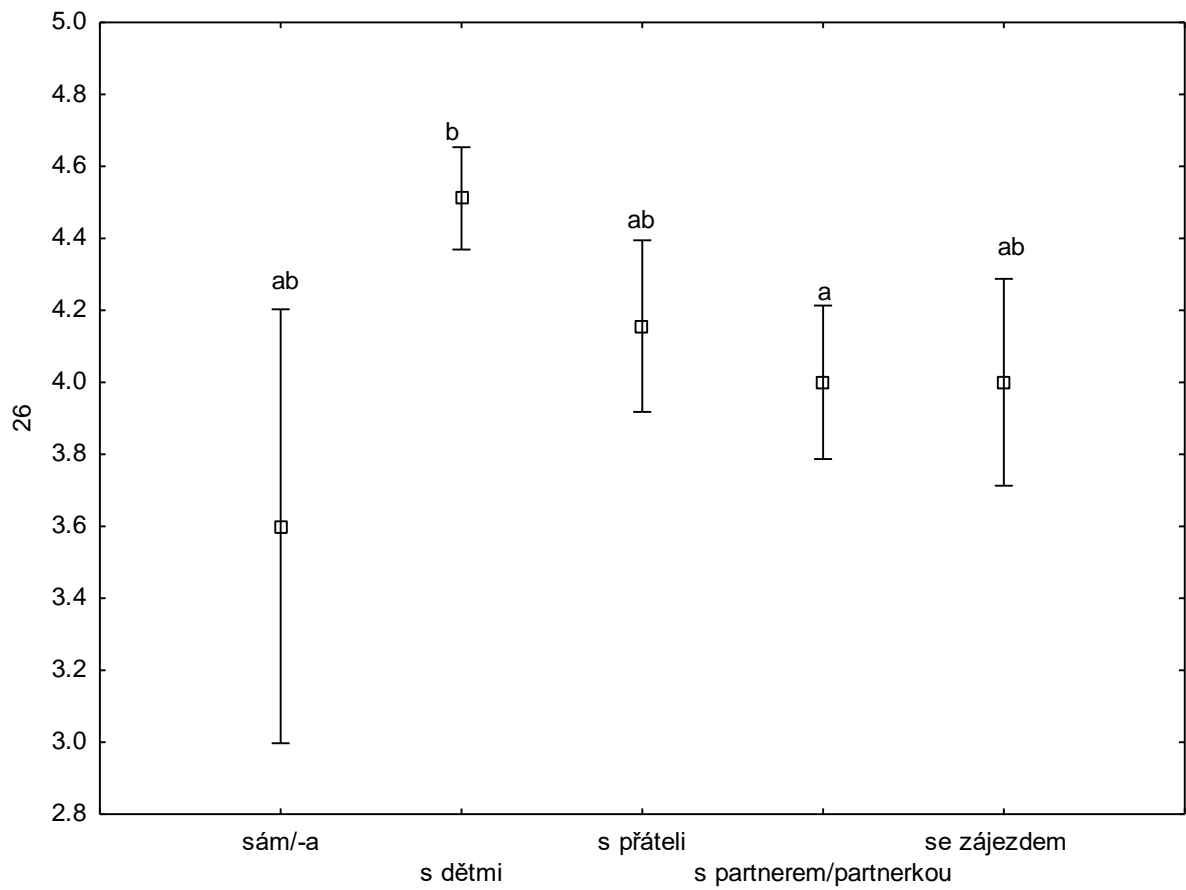
Variable	Analysis of Variance Marked effects are significant at $p < .05000$							
	SS Effect	df Effect	MS Effect	SS Error	df Error	MS Error	F	p
31	1.02066	4	0.255164	53.3074	184	0.289714	0.88074	0.476578
22	1.16815	4	0.292036	60.0699	184	0.326467	0.89454	0.468368
28	2.04658	4	0.511645	53.7629	184	0.292190	1.75107	0.140645
32	0.68208	4	0.170521	53.8682	184	0.292762	0.58246	0.675725
33	1.17695	4	0.294237	79.9659	184	0.434597	0.67703	0.608698
24	1.44258	4	0.360644	49.7955	184	0.270628	1.33262	0.259459
34	0.35594	4	0.088984	88.6705	184	0.481905	0.18465	0.946163
12	2.68460	4	0.671149	65.9821	184	0.358598	1.87159	0.117224
14	1.43825	4	0.359562	86.3713	184	0.469409	0.76599	0.548635
36	0.52442	4	0.131106	57.2851	184	0.311332	0.42111	0.793283
9	1.88243	4	0.470608	91.0699	184	0.494945	0.95083	0.435897
35	2.05383	4	0.513458	68.8985	184	0.374449	1.37124	0.245591
40	23.53420	4	5.883550	75.4182	184	0.409881	14.35427	0.000000
2	2.35224	4	0.588059	66.8859	184	0.363510	1.61772	0.171588
26	12.38866	4	3.097164	85.9076	184	0.466889	6.63362	0.000052
42	5.04857	4	1.262142	87.2477	184	0.474172	2.66178	0.034112
45	4.08749	4	1.021873	95.7220	184	0.520228	1.96428	0.101761

13	12.33944	4	3.084861	74.9727	184	0.407460	7.57094	0.000011
15	4.94853	4	1.237133	66.3636	184	0.360672	3.43008	0.009881
38	0.92872	4	0.232181	97.7379	184	0.531184	0.43710	0.781694
6	1.46074	4	0.365184	79.1213	184	0.430007	0.84925	0.495696
41	3.47973	4	0.869931	71.6631	184	0.389474	2.23361	0.067075
16	9.13624	4	2.284060	88.5569	184	0.481287	4.74573	0.001147
27	0.56837	4	0.142093	68.0983	184	0.370099	0.38393	0.819955
5	0.66087	4	0.165218	77.2227	184	0.419689	0.39367	0.813016
11	1.41138	4	0.352844	92.4722	184	0.502566	0.70208	0.591452
10	1.34550	4	0.336375	126.9402	184	0.689892	0.48758	0.744855
3	0.64735	4	0.161838	102.8235	184	0.558824	0.28960	0.884470
44	10.15777	4	2.539442	113.3131	184	0.615832	4.12359	0.003182
19	2.10214	4	0.525534	77.7074	184	0.422323	1.24439	0.293720
39	4.18349	4	1.045872	117.0546	184	0.636166	1.64402	0.165029
8	2.82426	4	0.706066	125.9165	184	0.684329	1.03176	0.392175
23	2.78858	4	0.697144	103.1268	184	0.560472	1.24385	0.293940
1	3.78252	4	0.945631	92.3233	184	0.501757	1.88464	0.114920
29	8.39109	4	2.097772	109.4184	184	0.594665	3.52765	0.008430
25	2.88029	4	0.720072	92.2097	184	0.501139	1.43687	0.223515
4	1.02205	4	0.255513	138.8298	184	0.754510	0.33865	0.851643
37	3.49786	4	0.874464	170.4175	184	0.926182	0.94416	0.439656
20	0.94315	4	0.235786	68.2949	184	0.371168	0.63525	0.637970
30	8.15727	4	2.039318	116.6152	184	0.633778	3.21771	0.013949
18	0.51537	4	0.128842	110.7227	184	0.601754	0.21411	0.930356
7	1.04539	4	0.261349	115.5366	184	0.627916	0.41622	0.796820

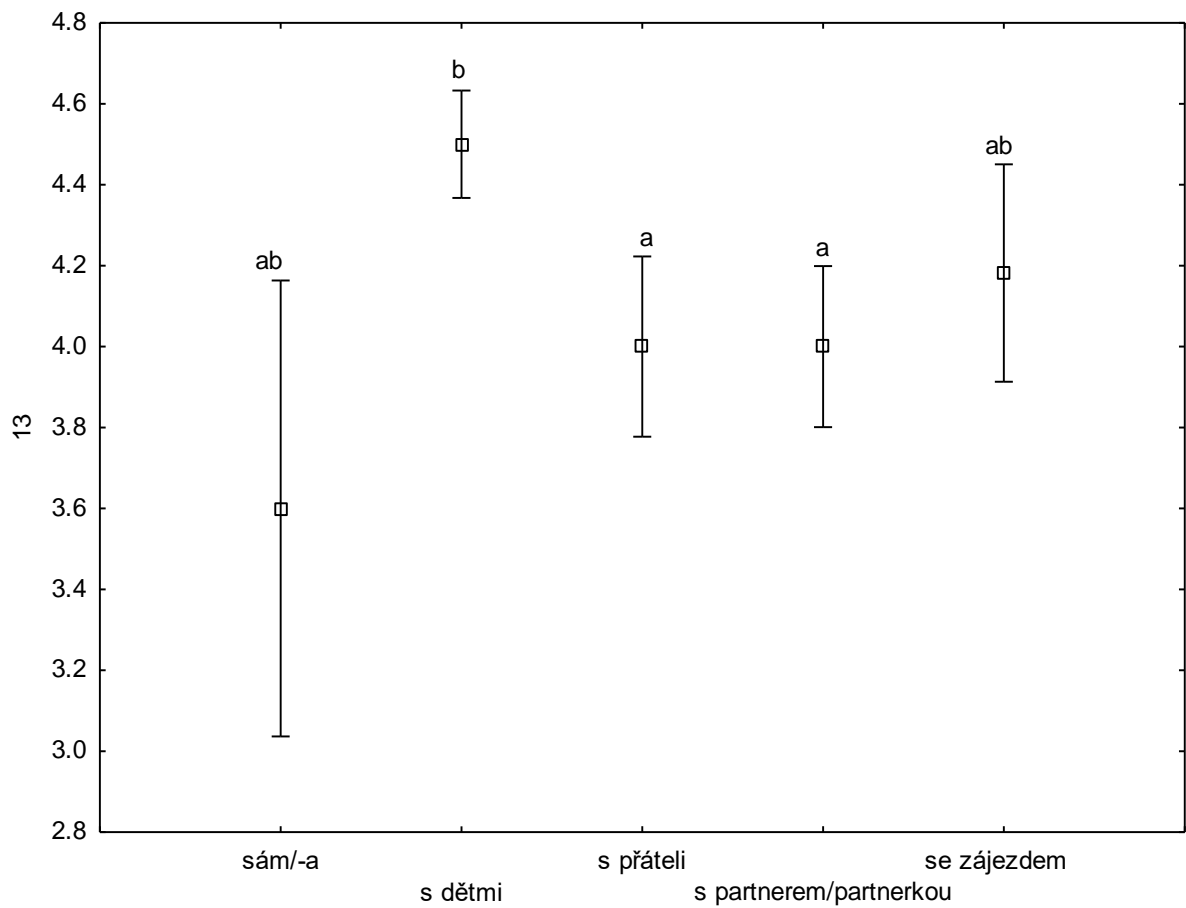
21	0.61149	4	0.152873	90.6372	184	0.492593	0.31034	0.870818
43	2.84937	4	0.712343	100.3993	184	0.545648	1.30550	0.269603
17	1.02429	4	0.256073	114.5101	184	0.622338	0.41147	0.800243



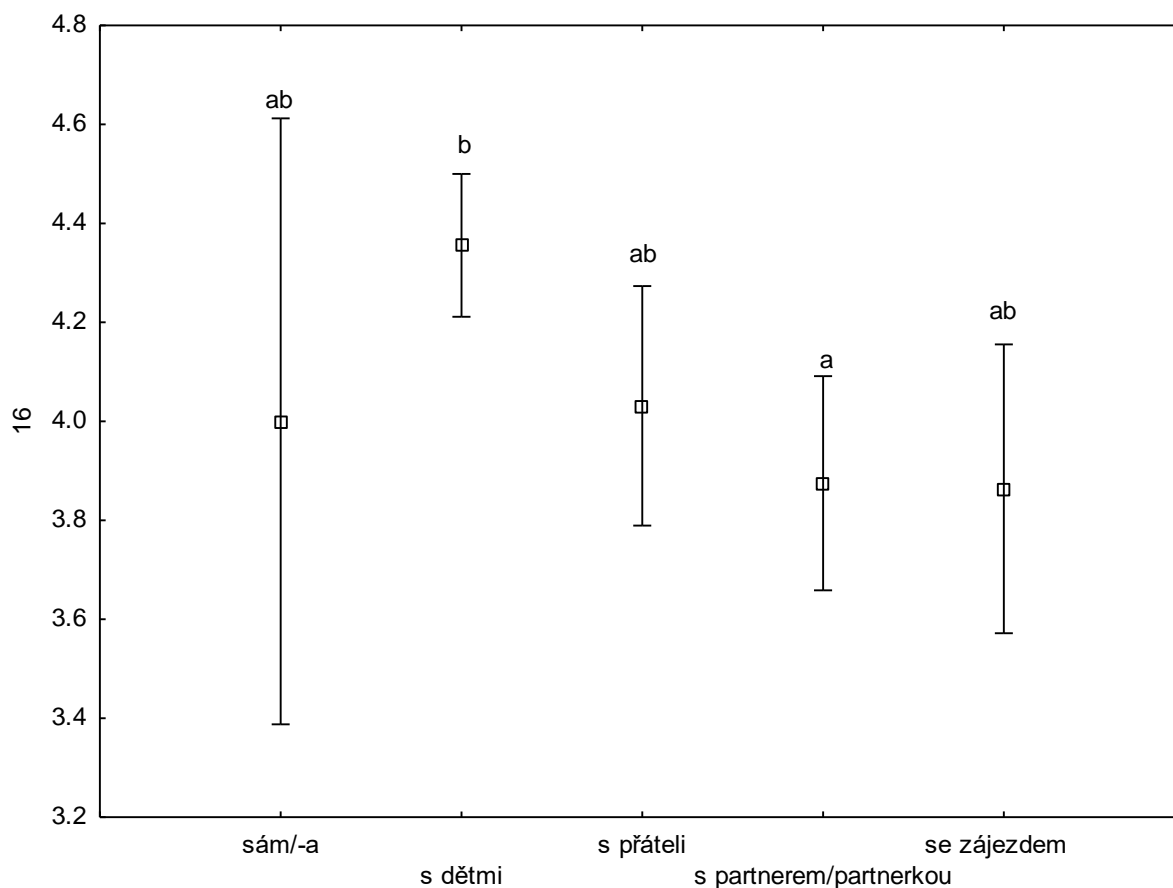
Obrázek 9. Diferenciace průměrné spokojenosti s „Zábavní zařízení pro děti (40)“ podle typu návštěvy. Zobrazeny jsou průměrné hodnoty s 95% intervalem spolehlivosti. Průměry označené stejným písmenem se neliší na hladině významnosti $p < 0,05$.



Obrázek 10. Diferenciace průměrné spokojenosti s „Zábavně vzdělávací prvky pro děti (26)“ podle typu návštěvy. Zobrazeny jsou průměrné hodnoty s 95% intervalem spolehlivosti. Průměry označené stejným písmenem se neliší na hladině významnosti $p < 0,05$.



Obrázek 11. Diferenciace průměrné spokojenosti s „Speciální pozorovací místa pro děti (13)“ podle typu návštěvy. Zobrazeny jsou průměrné hodnoty s 95% intervalem spolehlivosti. Průměry označené stejným písmenem se neliší na hladině významnosti $p < 0,05$.



Obrázek 12. Diferenciace průměrné spokojenosti s „Možnost kontaktu se zvířaty (16)“ podle typu návštěvy. Zobrazeny jsou průměrné hodnoty s 95% intervalem spolehlivosti. Průměry označené stejným písmenem se neliší na hladině významnosti $p < 0,05$.

4.6 Korelace dílčí spokojenosti s věkem, zájmem o životní prostředí, zájmem o historii a počtem návštěv

Ke zjištění návaznosti dílčích bodů na věk, počet návštěv, zájem o životní prostředí a zájem o historii byly použity Pearsonovy korelační koeficienty (Tabulka 8).

Co se týče návaznosti na věk, tak zde bylo několik statisticky významných hodnot, z nichž nejvíce významné jsou informace o chovaných zvířatech přes internet (29), která měla zápornou korelaci, cizokrajné rostliny z místa původu zvířete (21), kladná korelace a zábavní zařízení pro děti (40), záporná korelace.

U počtu návštěv bylo zjištěno více statisticky významných hodnot, ale ty nejdůležitější byly: elektronické informace – např. QR kódy (30), kladná korelace, rozmístění jednotlivých skupin expozic (27), kladná korelace a bezpečnost návštěvníků (31), záporná korelace.

V souvislosti ke vztahu k životnímu prostředí dosáhly nejvýznamnějších statistických hodnot položky vstupné do ZOO (38), kladná korelace, velikost ZOO (37), kladná korelace a dostupnost ZOO (36), kladná korelace. U návaznosti ke vztahu k historii nebyla zjištěna žádná statisticky významná hodnota.

Tabulka 8. Korelace průměrné spokojenosti s věkem, zájmem o historii, zájmem o životní prostředí a počtem návštěv. Červeně jsou zvýrazněny statisticky významné hodnoty na hladině $p < 0,05$. Položky viz. Tabulka 2

	věk	počet návštěv	vztah k ŽP	vztah k historii
31	0,07	-0,20	0,10	0,09
22	0,09	-0,13	-0,10	-0,05
28	0,08	0,05	0,09	0,05
32	0,11	-0,03	0,13	0,03
33	0,09	0,00	0,13	0,05
24	0,12	0,06	-0,01	0,09
34	0,05	-0,10	0,01	0,05
12	0,03	-0,15	-0,10	0,00
14	0,03	-0,12	-0,07	-0,10
36	-0,03	0,09	0,23	0,06
9	-0,03	-0,12	0,07	0,03
35	-0,08	0,11	0,06	0,11
40	-0,19	0,09	0,11	-0,02
2	0,04	0,02	0,08	0,03
26	-0,14	-0,01	0,08	0,02
42	-0,08	0,13	0,13	-0,03
45	-0,11	-0,03	0,04	0,07
13	0,02	-0,10	0,01	-0,09
15	0,11	0,07	0,00	-0,02
38	-0,09	0,12	0,24	0,12
6	0,08	-0,14	0,07	0,10

41	-0,08	-0,14	0,10	0,01
16	-0,09	0,12	0,10	0,08
27	0,11	0,21	0,12	0,10
5	0,13	0,00	0,03	0,01
11	0,10	-0,02	0,06	-0,04
10	-0,13	0,07	-0,01	-0,02
3	0,14	0,05	0,16	0,03
44	-0,06	0,11	-0,10	0,02
19	0,09	0,01	0,06	0,06
39	0,08	-0,16	0,04	0,02
8	0,00	0,12	0,14	0,05
23	0,12	0,05	0,01	0,03
1	0,02	0,00	0,03	-0,05
29	-0,27	0,19	0,09	0,05
25	0,00	0,18	0,10	0,10
4	0,17	0,09	0,12	0,03
37	0,12	0,17	0,24	0,04
20	0,08	-0,07	0,06	0,03
30	-0,13	0,21	0,10	0,11
18	0,11	0,16	0,16	0,11
7	-0,03	0,03	0,06	0,04
21	0,26	-0,10	0,11	0,09
43	0,06	0,13	0,03	0,06
17	0,12	0,11	0,11	0,12

4.7 Vazba významu a spokojenosti

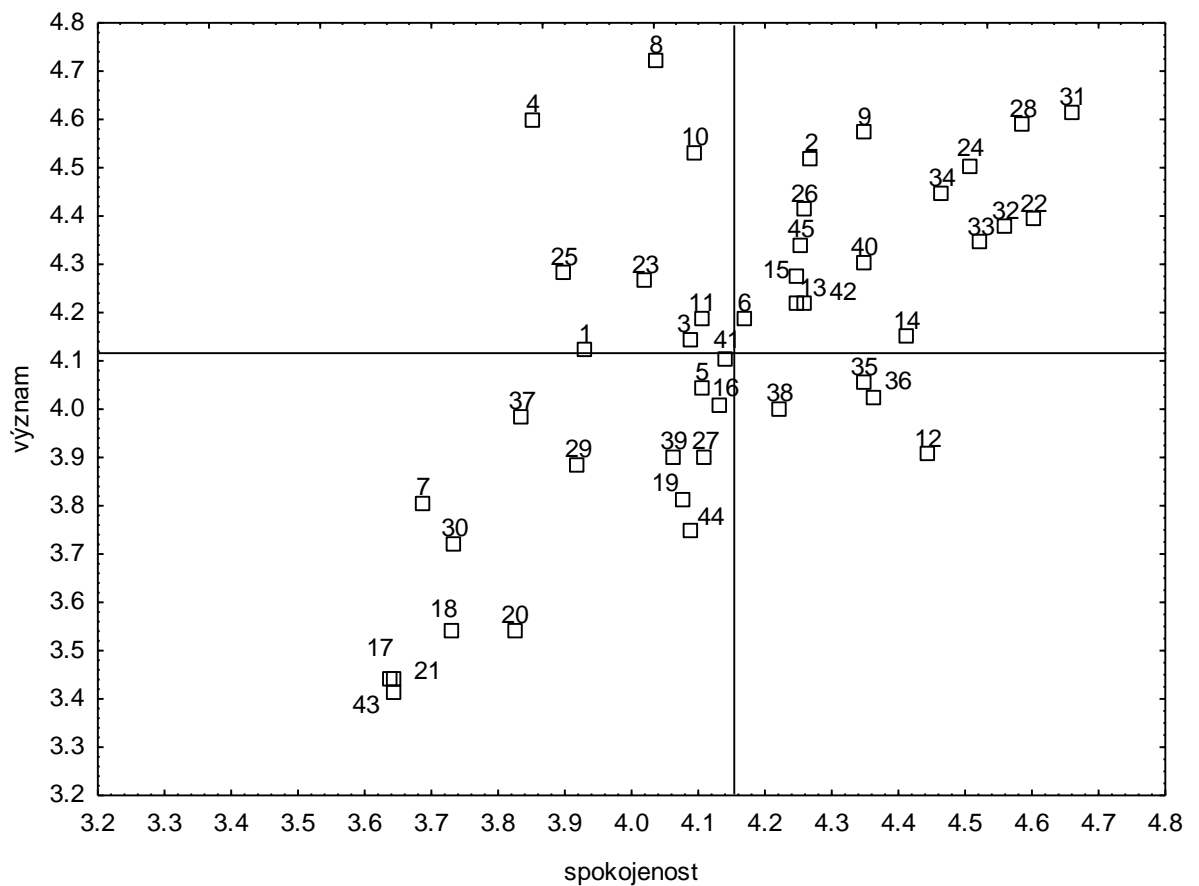
Nejprve byl proveden párový t-test, kde bylo testováno všech 45 otázek dílčí spokojenosti a významu a statisticky rozdíl mezi spokojeností a významem u nich (Tabulka 9). Nejvyšší rozdíl byl u otázky vhodná strava zvířat (8), následovaná dostatkem místa v klecích k aktivnímu pohybu (4) a třetí byla úprava cest (12).

Tabulka 9. Párový t-test rozdílu mezi významem a spokojeností. Červeně vyznačeny statisticky významné položky. Položky viz. Tabulka 2

Otázka	Tstat
8	-10,61
4	-9,49
25	-7,16
10	-6,3
2	-4,32
23	-4,28
9	-3,81
26	-3,07
1	-2,81
7	-1,55
37	-1,53
45	-1,52
11	-1,04
3	-0,76
15	-0,51
6	-0,24
28	0
24	0,11
30	0,27
34	0,37

13	0,61
29	0,65
41	0,72
42	0,89
5	0,97
40	0,99
31	1,19
16	2,29
38	2,52
39	2,58
18	3,07
21	3,12
17	3,15
33	3,29
32	3,48
27	3,78
20	3,84
43	3,85
14	3,86
22	4,04
19	4,34
35	5,19
36	5,59
44	6
12	8,51

Po provedení t-testu byla udělána matice významu a spokojenosti (Obrázek 13). Nejdůležitější pro tuto práci byly položky vysokého významu a nízké spokojenosti (tj. vlevo nahoře), zde jsou položky dostatek místa v klecích k aktivnímu pohybu (4), vhodná strava zvířat (8), zacházení personálu se zvířaty (10), vzdělávací akce (25), dále byly zajímavé hodnoty vysoké spokojenosti a nízkého významu (tj. vpravo dole), zde se nachází položky číslo úprava cest v ZOO (12), dostupnost ZOO (36), terénní úpravy v ZOO (35).



Obrázek 13. Matice významu a spokojenosti. Položky viz Tabulka 2

5. Diskuze

Co se týče nejvyšší spokojenosti s dílčími službami ZOO, byli návštěvníci nejvíce spokojeni s bezpečností návštěvníků, přístupem personálu k návštěvníkům a jasností označení zvířat. Naproti tomu Lee (2011) zjistila, že v Korejských ZOO byli návštěvníci nejvíce spokojeni s cenou za vstup, bezpečností návštěvníků a dostupností ZOO. Podle výzkumu Ryana (2013) v Hamiltonské ZOO byla spokojenost návštěvníků nejvíce s položkami ZOO je místo, kam mohou vzít rodinu, výběhy zvířat jsou podobné přírodnímu prostředí a pozorovací plošiny pro návštěvníky. Je ovšem nutno zmínit, že má práce, Lee (2011) a Ryana (2013) měli poněkud odlišné otázky. Například u Ryana (2013) nebyla vůbec pokládána otázka na bezpečnost návštěvníků, což by mohlo lehce zkreslit výsledky.

Testování vlivu demografických údajů na parciální spokojenost přineslo zajímavé výsledky. První testovaný údaj byl vliv pohlaví na dílčí spokojenost. Zde bylo zjištěno celkem 12 statisticky významných rozdílů. U všech statisticky významných hodnot byly vždy se službami spokojenější ženy než muži. Nejvýznamnější rozdíl byl u položek vzdělávací akce, bezbariérový přístup a komentované prohlídky ZOO. Nebyly zjištěny žádné statisticky významné položky, kde by byli spokojenější muži. Také Bender a Donohue (2005) ve své studii zjistili, že jsou při přijímání služeb všeobecně spokojenější ženy než muži.

Další demografický údaj, který byl testován, byl, s kým byla návštěva provedena. První testování ukázalo mnoho statisticky významných hodnot, tudíž byl proveden následný Post-hoc test, kterým byly zjištěny 4 hlavní proměnné. První byla zábavní zařízení pro děti, kde byla skupina návštěvníků s dětmi vysoce nad ostatními skupinami, je možné předpokládat, že když jde někdo do ZOO s dětmi, skoro vždy se zastaví u nějaké prolézačky nebo houpačky. Druhá položka byla zábavně vzdělávací prvky pro děti, u této položky se skupiny navzájem prolínají, ovšem i zde je vidět jakýsi odstup skupiny s dětmi, a naopak skupina sám je výrazně níže než ostatní, avšak u této skupiny by to mohlo být způsobeno nízkým počtem respondentů. Třetí položka, speciální pozorovací místa pro děti, na tom byla podobně, opět vybočovaly hlavně dvě skupiny, a to směrem nahoru skupina s dětmi a proti tomu skupina sám. Poslední položka byla možnost kontaktu se zvířaty. Skupina s dětmi je ze všech položek umístěná nejvýše. Je také zajímavé, že skupiny s přáteli, se zájezdem a s partnerem/partnerkou měli vždy skoro stejné hodnoty a nebyl mezi nimi výrazný rozdíl.

Testování vlivu věku na parciální spokojenost ukázalo zajímavé výsledky. Nejvýznamnější hodnoty byly u položek informace o chovaných zvířatech přes internet, cizokrajné rostliny a zábavní zařízení pro děti. Věk měl negativní vliv na položku informace o chovaných zvířatech přes internet, zde to mohlo být způsobeno tím, že starší lidé moc často internet nevyužívají a nemají k němu kladný vztah (Zickuhr K. a Madden M., 2012). Naopak je zajímavé, že položka zábavní zařízení pro děti byla také negativně ovlivněná věkem.

Velmi zajímavě dopadlo testování vlivu zájmu o ŽP na parciální spokojenost, dalo by se očekávat, že mezi statisticky významnými hodnotami budou položky na welfare zvířat, ovšem opak je pravdou, z této skupiny otázek zde byla pouze jedna položka, a to přírodní prostředí v klecích, která byla až na čtvrtém místě. Bylo zjištěno, že čím vyšší je zájem o ŽP, tím vyšší je s touto položkou spokojenost.

U otázky na význam dílčích položek se po statistickém vyhodnocení dostala na první místo položka vhodná strava zvířat, následovaná dostatkem místa v klecích pro aktivní pohyb a třetí byla bezpečnost návštěvníků. Ve výzkumu Lee (2011) byla bezpečnost návštěvníků na druhém místě a na prvním skončila expozice pro děti a na třetím nerušené pozorování zvířat. Ryan (2013) zjistil, že lidé v Hamiltonské ZOO na Novém Zélandu přikládají největší význam položkám čistota toalet, velikost výběhů pro zvířata a výběhy obsahují věci na zabavení zvířat.

Další částí dotazníků k vyhodnocení byla celková spokojenost. Nejprve bylo zjištěno, jak dílčí položky spokojenosti ovlivňují celkovou spokojenost. Po statistickém vyhodnocení se ukázalo, že nejvíce ovlivňuje celkovou spokojenost přírodní prostředí v klecích, pak rozmístění jednotlivých skupin expozic, následované velikostí ZOO a na čtvrtém a pátém místě byly dostatek místa v klecích a vhodná strava zvířat. U většiny položek bylo zjištěno, že mají vliv na celkovou spokojenost, jen u čtyřech toto potvrzeno nebylo. Byly to položky bezpečnost návštěvníků, prodej suvenýrů, WC a úprava cest v ZOO. Je zajímavé, že bezpečnost návštěvníků nemá podle studie vliv na celkovou spokojenost, i když byla jak u spokojenosti, tak u významu s dílčími položkami mezi prvními třemi nejvýznamnějšími.

Výsledky testování dílčích prvků ovlivňujících celkovou spokojenost nebyly uspokojivé, a z toho důvodu byly provedeny další testy, aby bylo zjištěno, které proměnné vysvětlují celkovou spokojenost nezávisle na ostatních proměnných. Testováním bylo zjištěno 5 hlavních proměnných, které sami o sobě vysvětlují 41 % z celkové spokojenosti. Tyto proměnné byly velikost ZOO, komentované prohlídky ZOO, přírodní prostředí v klecích, vhodná strava zvířat a vstupné do ZOO.

Nakonec byla testována vazba mezi spokojeností a významem. Pro lepší vizuální orientaci ve výsledcích byl použit tzv. IPA grid (Obrázek 6). Tento zjištěný výsledek je z celé práce nejlépe využitelný pro praxi, a to z důvodu, že se ZOO může zaměřit na zlepšení položek, které mají vysoký význam a nízkou spokojenost. Sem patří položky dostatek místa v klecích k aktivnímu pohybu. Návštěvníkům ZOO se vždy bude zdát, že zvířata mají málo prostoru, protože se přeci jen jedná o chov v zajetí. Vhodná strava zvířat, u této položky mohla být nízká spokojenost způsobená tím, že mnoho návštěvníků nebylo přítomno při krmení zvířat, takže v dotazníků zaškrtno odpověď nevím. Třetí položkou bylo zacházení personálu se zvířaty, což je podobný případ jako položka vhodné stravy zvířat. Ryan (2013) zjistil, že v Hamiltonské ZOO byly v tomto sektoru vysokého významu a nízké spokojenosti položky rodinné vstupenky, cena za vstup, dobrý výhled na zvířata a snadno viditelný vstup. Podle práce Lee (2011) se v korejských ZOO v tomto sektoru vyskytly položky přírodní chování zvířat, přátelští zaměstnanci a jasnost značení v ZOO. Tyto položky znamenají, že návštěvník jim přikládal vysoký význam, ale ZOO nebyla schopna naplnit jeho očekávání.

Další důležité položky IPA gridu jsou vysokého významu a vysoké spokojenosti. Bylo zjištěno, že se jedná hlavně o položky jasnost označení zvířat a bezpečnost návštěvníků. To znamená, že návštěvníci těmto položkám přikládají velmi vysoký význam a ZOO byla schopná jejich potřebu plně saturovat. Lee (2011) zjistila, že v sektoru vysokého významu a vysoké spokojenosti jsou položky bezpečnost návštěvníků, expozice pro děti a nerušené pozorování zvířat.

Předposlední položky, které budou zmíněny jsou ze sektoru nízkého významu a vysoké spokojenosti, což znamená, že u těchto položek dokázala ZOO nejen naplnit očekávání, ale dokonce je předčít. Patří sem položky úprava cest v ZOO a terénní úpravy, což zřejmě souvisí s nedávnou nedávno proběhla rekonstrukcí cestní sítě ZOO. Další položkou je dostupnost ZOO. u této položky je výsledek podmíněn tím, že se ZOO Hluboká v blízkosti Českých Budějovic a je zde dobré dostupnost veřejnou dopravou. Dle Tomase, Cromptona a Scotta (2003) lidem nevádí si ve volném čase udělat výlet za zábavou. Lee (2011) v tomto sektoru zjistila položky cena za vstup, dostupnost ZOO a velikost ZOO.

Poslední položky jsou ze sektoru nízkého významu a nízké spokojenosti. To znamená, že sice návštěvník těmto položkám nepřikládal vysoký význam, ale i tak nebyla ZOO schopná potřeby návštěvníka saturovat. Sem patří položky expozice podle taxonomického systému, expozice podle geografických oblastí, cizokrajné rostliny z místa původu zvířete a etno artefakty z domoviny zvířat.

Zajímavé je, že mnoho důležitých položek je z oblasti welfare zvířat a vzdělávání v ZOO. U položek na welfare může být nízká spokojenost způsobena tím, že mnoho návštěvníků vnímá sebe větší klec pořád jen jako klec a myslí si, že zvíře musí mít k životu otevřenou pláň. Dále pak mnoho návštěvníků nevidělo, jak personál zachází se zvířaty, případně nevidělo krmení zvířat, což mohlo snížit spokojenost. Podobné to mohlo být i se vzděláváním, jelikož se asi většina dotazovaných neúčastnila komentovaných prohlídek nebo vzdělávacích akcí pro děti. Tento výsledek je zřejmě dán volbou možnosti neví.

6. Závěr

Hlavním cílem této práce bylo zjistit, jak ZOO Hluboká naplnila očekávání návštěvníků s nabízenými službami. Sběr dotazníků probíhal u východu ze ZOO Hluboká a celkem bylo sebráno a vyhodnoceno 189 dotazníků.

K vyhodnocení hlavního cíle posoužilo porovnání průměrů spokojenosti a významu a zanesení do IPA gridu. Většina položek se nacházela v oblasti vysokého významu a vysoké spokojenosti nebo nízkého významu a vysoké spokojenosti, případně blízko k průměru. To znamená, že u všech těchto položek ZOO naplnila očekávání návštěvníků a splnila svůj úkol v reprezentaci sebe sama veřejnosti. Avšak u položek s nízkým významem a nízkou spokojeností tomu již tak nebylo. Sem patřily položky na seřazení expozic, etno artefakty a cizokrajné rostliny. Je velmi zajímavé, že u těchto položek byl velmi malý význam pro návštěvníka. Což je možná způsobeno tím, že většina lidí jde do ZOO primárně kvůli zvířatům a toto jsou pro ně jen vedlejší věci, takže jim přiřkládají celkově nižší význam.

Pro tuto práci a pro marketingové využití danou ZOO jsou nedůležitější položky ze sektoru vysokého významu a nízké spokojenosti. Byly to položky dostatek místa v klecích, vhodná strava zvířat a zacházení personálu se zvířaty. Co se týče položky dostatek místa v klecích, je to složitě řešitelné. Jednak má ZOO Hluboká malou výměru a také proto, že jakmile lidé uvidí zvíře v kleci nebo za plotem, přijde jim, že je omezené v pohybu a že má málo prostoru, bez ohledu na velikost výběhu. Zde by mohlo být jedno z řešení spojit výběhy několika druhů. Sice na plochu zde bude pořád stejný počet zvířat, ale návštěvníkovi přijde, že zvířata mají více prostoru pro pohyb. Také u položky vhodné stravy zvířat je složitě zvýšit spokojenost návštěvníků. Zaprvé, mnoho návštěvníků přijde ve chvíli, kdy je zvíře po krmení nebo jej ještě nedostalo. Většina lidí myslí, že zvíře musí mít neustálý přístup k potravě. Ovšem to nefunguje ani v přírodě. Zde by mohlo spokojenost zvýšit častější krmení po menších dávkách, aby více lidí vidělo, jak zvíře jí. U poslední položky, zacházení personálu se zvířaty, je to obdobné. Většina návštěvníků nevidí personál se zvířaty zacházet, a tak nemohli tuto položku hodnotit (zvolili odpověď neví). Zde bych nenavrhoval častější manipulaci, jelikož mnoho zvířat se už při nezbytné manipulaci stresuje. Jediné, co lze doporučit je, jsou ukázky manipulace se zvířaty, která jsou zvyklá a nestresovala by se.

Pokud by ZOO Hluboká zlepšila tyto tři hlavní položky, je zde šance, že se zvýší návštěvnost zahrady a tím pádem by měla ZOO vyšší tržby. V posledních letech zde proběhla rekonstrukce cest a úprava terénu, což se odrazilo ve výsledcích. Úprava cest byla mezi položkami s nízkým významem, ale vysokou spokojeností, což znamená, že ZOO nejen že naplnila očekávání návštěvníka s touto položkou, ale dokonce je i předčila.

7. Seznam použité literatury

- Bacon, D. R. (2003). A comparison of approaches to importance–performance analysis. *International Journal of Market Research*, 45(1), 55–73.
- Balmford A. a kol. (1996). Designing the Ark: petting priorities for captive breeding. *Conserv Biol*.
- Bednářová, D., Parmová, D. (2003). Malé a střední podnikání. České Budějovice: Jihočeská univerzita. 91 s.
- Bender, K. A., Donohue, S. M., a Heywood, J. S. (2005). Job satisfaction and gender segregation. *Oxford economic papers*, 57(3), 479–496.
- Bitgood, Patterson and Benefield (1988). Exhibit desing and visitor behavior. *Enviroment and Behavior*, 20 (4), pp. 474–491.
- Carr, N. (2016). Ideal animals and animal traits for zoos: General public perspectives. *Tourism Management*, 57, pp. 37–44.
- Cushing, N a Markwell, K (2011). 'I can't look: disgust as a factor in the ZOO experience', in W Frost (ed.). *Zoos and tourism: conservation, education, entertainment? Aspects of Tourism*, vol. 46, Channel View Publications, Bristol, UK, pp. 167–178.
- Dobroruka, L. J. a kol. (1989). *Zoologické zahrady*. Státní pedagogické nakladatelství. Praha.
- Fa E.J., Funk S. M. a O'connell D. (2011). *Zoo Conservation Biology*. Cambridge University Press.
- Foret, M., a Stávková, J. (2003). *Marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha.
- Holtorf, C. (2008). Zoos as heritage: An archaeological perspective. *International Journal of Heritage Studies* 14 (1): 3–9.
- Hosey G., Melfi V. a Pankhurst S. (2013). *Zoo animals behaviour, management, and welfare*. Ashford Colours Press Ltd. Great Britain.
- Jensen, J. M. (2007). An empirical investigation of the relationships between hygiene factors, motivators, satisfaction, and response among visitors to zoos and aquaria. *Tourism Review International*, 11(3).
- Jiroušek V. T. a kol. (2005). *Zoologické zahrady České republiky a jejich přínos k ochraně biologické rozmanitosti*. Ministerstvo životního prostředí.
- Kotler, P. (2001). *Marketing Management*. Praha: Grada.
- Kozel, R. (2006). *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing.
- Lee, H. S. (2015). Measurement of visitors satisfaction with public zoos in Korea using importance–performance analysis. *Tourism Management*, 47, pp. 251–260.

- Lepš, J., a Šmilauer, P. (2016). Biostatistika. Nakladatelství Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích.
- Luebke, J. F., a Matiassek, J. (2013). Design and perception: making the ZOO experience real. *Zoo Biology*, 32.
- Margulis, S. W., Hoyos, C. and Anderson, M. (2003). Effect of felid activity on ZOO visitor interest. *Zoo Biol.*, 22: 587–599.
- Martin, W. B. (1994). Dokonalá služba zákazníkům: návod na poskytování vynikajících služeb, umění zacházet se zákazníky jako s hosty. Praha: Linde.
- Nenádál, J. a kol. (2008). Moderní management jakosti. Vydání, 1, 42.
- Payne, A. (2006). Marketing služeb. Praha: Grada Publishing.
- Puan, C. L., a Zakaria, M. (2007). Perception of visitors towards the role of zoos: a Malaysian perspective. *International Zoo Yearbook*, 41(1).
- Ryan, Ch., a Saward, J. (2004). The Zoo as Ecotourism Attraction–Visitor Reactions, Perceptions and Management Implications: The Case of Hamilton Zoo, New Zeland. *Journal of Sustainable Tourism*, 12, pp. 245–266.
- Small, E. (2012), The new Noah's Ark: beautiful and useful species only. Part 2. The chosen species *Biodiversity*, 13 (1) (2012), pp. 37–53
- Therkelsen and Lottrup (2012). Being together at the ZOO: ZOO experiences among families with children. *Leisure studies*, 34, pp. 357–371.
- Tomas, S. R., Crompton, J. L., a Scott, D. (2003). Assessing service quality and benefits sought among zoological park visitors. *Journal of Park and Recreation Administration*, 21(2).
- Turner, L.W., Reisinger, Y. V., a McQuilken, L. (2002). How cultural differences cause dimensions of tourism satisfaction. *Journal of Travel a Tourism Marketing*, 11(1).
- Ward, P. I., Mosberger, N., Kistler, C. and Fischer, O. (1998). The Relationship between Popularity and Body Size in Zoo Animals. *Conservation Biology*, 12: 1408–1411.
- Zbořil, R. (1998). Marketingový výzkum. Praha: VŠE v Praze.
- Zickuhr, K., a Madden, M. (2012). Older adults and internet use. *Pew Internet a American Life Project*, 6.
- ZOO Hluboká. Citováno 14.4.2018. Dostupné na World Wide Web:<<http://zoohluboka.cz/>>