



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Inovace nabídky produktu cestovního ruchu v oblasti Tábořsko

Vypracovala: Monika Pospíchalová

Vedoucí práce: Ing. Roman Švec, Ph.D.

České Budějovice 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Monika POSPÍCHALOVÁ**
Osobní číslo: **E11334**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Inovace nabídky produktu CR v oblasti Tábořsko**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Zhodnocení současného produktu ZOO Větrovy ve vztahu k cestovnímu ruchu v oblasti Tábořsko. Na základě průzkumů zákaznických potřeb, vyjádření místní samosprávy a dalších organizací cestovního ruchu navrhnout možné inovace produktu zkoumaného podniku vedoucí k rozvoji tohoto podniku a cestovního ruchu ve zkoumané oblasti.

Metodický postup:

1. Hlubková rešerše na základě studia dostupné odborné literatury
2. Specifikace objektu a subjektu zkoumání, cíle a metod řešení
3. Zdůvodnění funkce a role zkoumaného zařízení v cestovním ruchu
4. Analýza současného produktu zkoumaného podniku
5. Návrh inovace produktu zkoumaného podniku

Rámcová osnova:

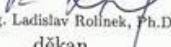
1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Cíle a metody, 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání, 5. Návrhy a doporučení, 6. Závěr, 7. Použitá literatura, 7. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:


DAVID, P. a kol. *Táborsko*. Praha: S & D, 2006. ISBN 80-86899-97-7.
KASPAR, C. *Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*. Bern: Paul Haupt., 1975.
ISBN 3-258-02403-0.
KORČÁK, P. a kol. *Tábor - národní kulturní památka*. Praha: Panorama, 1979
KRATOCHVÍL, P. a R. PAŽOUT. *Tvorba destinačních produktů cestovního ruchu*.
MMR, 2007
ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010. ISBN
978-80-85970-68-5.
WIENBREYER, R. *Zvířata na dosah*. Ditipo, 2010. ISBN 978-80-87223-43-7.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Roman Švec, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **11. ledna 2013**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2014**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUĎEJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (20)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 5. března 2013

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47 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, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne:

.....

Monika Pospíchalová

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala především mému vedoucímu práce Ing. Romanu Švecovi, Ph.D., za odborné vedení a věcné připomínky k mé bakalářské práci a také za jeho ochotu a trpělivost. Dále patří mé díky Lence Hrubé, tiskové mluvčí zoologické zahrady Tábor – Větrovy a Nikole Hrubé, člence představenstva a asistentce předsedy představenstva a generálního ředitele za ochotu při zodpovězení a doplnění potřebných otázek. V neposlední řadě děkuji všem mým blízkým a lidem, kteří přispěli nápady a svými připomínkami.

Obsah

1 Úvod.....	8
2 Přehled řešené problematiky.....	10
2. 1 Cestovní ruch	10
2.1.1 Předpoklady cestovního ruchu	12
2.1.2 Systém cestovního ruchu.....	13
2.1.3 Typologie cestovního ruchu	14
2. 2 Podniky cestovního ruchu.....	16
2.2.1 Členění podniků cestovního ruchu	17
2.2.2 Specifika podniků cestovního ruchu	18
2. 3 Trh cestovního ruchu.....	19
2. 4 Produkt cestovního ruchu.....	19
2. 5 Služby.....	22
2. 6 Služby cestovního ruchu	23
2. 6. 1 Klasifikace služeb cestovního ruchu	25
2. 6. 2 Kulturně – společenské služby	26
2. 6. 3 Tématické parky, zahrady a volnočasová centra	27
3 Metodika práce	29
4 Vymezení oblasti	32
4. 1 Geografické vymezení oblasti.....	32
4. 2 Atraktivity cestovního ruchu ve zkoumané oblasti -Tábor	35
4. 3 Analýza poskytovaného produktu ZOO Tábor - Větrovy.....	38
4. 4 Analýza poskytovaných služeb v konkurenčních zařízeních.....	41
5 Výsledky a jejich diskuze	50
5. 1 Výzkum spokojenosti návštěvníků	50
5. 2 Rozhovor.....	63
5. 3 Syntéza údajů	65
5. 4 Návrhy a inovace.....	66
5. 4. 1 Revitalizace cest v areálu ZOO	66
5. 4. 2 Atrakce pro děti	67

5. 4. 3 Odpočinková místa	68
5.4.4 Značení po ZOO	69
6 Závěr	71
7 Summary	73
8 Seznam použitých zdrojů.....	74
9 Seznam schémat, grafů, tabulek a obrázků.....	79
9. 1 Schémata	79
9. 2 Tabulky	79
10 Seznam příloh	81
11 Přílohy.....	

1 Úvod

Cestovní ruch je nedílnou součástí všedního života, která nás obklopuje prakticky na každém kroku. Není pochyb, že cestovní ruch je celosvětovým fenoménem, který se velmi významně podílí na ekonomickém fungování v lokálním i globálním měřítku. Lze tedy cestovní ruch považovat za nástroj pro zvyšování životní úrovně obyvatelstva (Zelenka, Těšitel, Pásková & Kušová, 2013).

Je důležité vyplnit celou škálu služeb v odvětví cestovního ruchu, pro zaujetí co největšího počtu lidí. To s sebou ovšem nese velkou náročnost jak finanční, tak tvůrčí. Jelikož se společnost stále vyvíjí, a tím se mění její nároky, je důležité stále nabídku služeb inovovat. Právě inovace je cílem mé bakalářské práce, která se zabývá rozšířením nabídky produktu služeb cestovního ruchu v oblasti Tábořsko. V oblasti Tábořsko je velké množství atraktivit, kdy jedna z relativně nově otevřených atraktivit se nachází v příměstské části Větrovy, a která se stala nedílnou součástí cestovního ruchu v celé oblasti. Právě z tohoto důvodu se výzkum soustředil na zařízení ZOO Tábor – Větrovy, jehož produkt bude analyzován. Toto zařízení bylo vybráno z důvodu předpokládaného potenciálu doplnit současnou nabídku pro účastníky cestovního ruchu v oblasti, která je spíše orientovaná kulturně a společensky. Ve městě Tábor se nachází velké množství historických památek a zkoumané zařízení se tak odlišuje, protože není spojeno s historií ani památkami. Je to zábavné zařízení orientované spíše na rodiny s dětmi a právě pro tento segment lidí nenabízí oblast příliš mnoho vyžití.

Z důvodu, že ZOO Tábor - Větrovy je relativně nové zařízení, předpokládala jsem, že zde bude prostor pro inovace. Přínos práce lze spatřovat v tom, že mnou získané výsledky a navrhované inovace budou podkladem pro vedení ZOO, které by mohlo tuto práci využít jako návrh pro realizaci rozšíření nabídky služeb. Zásadní omezení pro případnou realizaci inovací by mohl být problém s nedostatkem finančních prostředků, či některá legislativní nařízení.

Nejprve byl na základě odborné literatury vypracován přehled řešené problematiky, během jehož zpracování jsem získala základní informace o zkoumaném oboru. Další důležitou součástí práce je metodický postup, který specifikuje metody

umožňující zpracovat konkrétní informace, ze kterých budou vytvořeny závěry a návrhy včetně jejich zdůvodnění. Na základě vymezení agentury Czech tourism byla stanovena širší zkoumané oblasti Tábořsko, ze které bylo vybráno konkrétně město Tábor se svými příměstskými částmi, přičemž v jedné z těchto částí se nachází zkoumané zařízení. Pro lepší přehled o poskytovaných službách v podobných zařízeních byla analyzována tři podobná zařízení v Jihočeském kraji, a byla provedena komparace nabídky jejich produktů a služeb s nabídkou služeb zoologické zahrady Tábor – Větrovy. Stěžejní pro celou práci bylo dotazníkové šetření a řízený rozhovor, ze kterých byly vyvozeny závěry, které se staly podkladem pro mou inovaci produktu.

2 Přehled řešené problematiky

2. 1 Cestovní ruch

Cestovní ruch a s tím spojené cestování sahají daleko do historie. První výpravy se vedly po souši, po vodě, později pak i vzduchem a nakonec vesmírným prostorem. Důvody k cestování byly např. obchodní, náboženské, sportovní a mnohé další. S počátkem cestovního ruchu jsou spojena jména jako, Marco Polo, Kryštof Kolumbus a s novodobým rozvojem cestovního ruchu pak Angličan Thomas Cook (Foret & Foretová, 2013). Mnoho autorů se shoduje na tom, že počátky moderního cestovního ruchu započaly již v 17. a 18. stol. (Petrů, 2007).

Hladká (1997) předchází definici vyvrací, jelikož uvádí, že se cestovní ruch začal formovat na přelomu 20. století v závislosti na společensko-ekonomických podmínkách. Tuto myšlenku dále rozvíjejí Malá (1999), Hesková, Beránek, Dvořák, Novacká, & Oriška (2011), kteří se shodují v tvrzení, že cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén a je uskutečňován mimo místo trvalého bydliště. Királová (2003) však uvádí, že cestovní ruch je víc než jen ekonomický fenomén.

Pojem cestovní ruch je v dnešní době již snad většině lidem znám, ale každý si pod tímto odvětvím může představit trochu něco jiného, může to být jak dovolená u moře, víkend na horách, tak i pobyt na chatě nebo chalupě. Lidé díky cestovnímu ruchu uspokojují své potřeby a snaží se realizovat i své záliby (Vaniček & Křest'an, 2007). Malá (1999) tak i další autoři se shodují na tom, že kdybychom chtěli přesně vymezit pojem cestovní ruch, je to poněkud obtížné, jelikož definice cestovního ruchu není zcela jednoznačná, neboť se skládá z několika složek. Z obecného hlediska se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Podobně se vyjadřují také Goeldner & Ritchi (2011) podle kterých je nedostatek jednotných definic bránící studiu cestovního ruchu jako vědní disciplíny. Novacká, Brteková – Magátová, Bartoš, Benčič, Ivanovič, Kubíčková...Trefil (2010) však dodávají, že cestovní ruch musí využívat poznatky z více vědních disciplín, jelikož podle modelu Jaffara Jaffariho je cestovní ruch provázaný s více odvětvími, aktivitami a činnostmi.

Čertík, Attl, Sysel, & Vitáková (2000) a také Hesková a kol. (2011, s. 9), uvádí často používanou definici UNWTO¹, že cestovním ruchem se rozumí „*činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležící mimo její běžné prostředí, a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ Tato definice vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci. Zelenka, Těšitel, Pásková, Kušová (2013, s. 42) uvádí definici z výkladového slovníku cestovního ruchu Zelenky a Páskové (2012): „*cestovní ruch je komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či jiným účelem, i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami pro tyto cestující osoby včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity*“.

S výše uvedenými definicemi se taktéž shoduje definice od Foreta & Foretové (2001). Důležité je, že se jedná o změnu místa, dočasnost pobytu i o nevýdělečné činnosti v navštíveném místě. Goeldner & Ritchi uvádí (2011), že cestovní ruch tvoří jednotlivé aktivity, které dávají zážitek cestování. Cestovní ruch tvoří souhrn více služeb jako je doprava, ubytování, stravování a dále pak zábava a další služby, které jsou k dispozici jak pro jednotlivce, tak pro celé skupiny, které cestují do míst mimo své trvalé bydliště. Podle Malé (1999, s. 7) je „*charakteristickým jevem cestovního ruchu je mnohooborovost a průřezovost.*“ V procesu rozvíjení cestovního ruchu se mění stanovisko k jeho definování a vymezení (Malá, 1999).

¹ United Nations World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu

2.1.1 Předpoklady cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu také ovlivňují faktory, neboli předpoklady, a to z hlediska ekonomického i geografického. Autoři Hrala (1998), Gehinová (2008), Novacká a kol. (2010) a Foret & Foretová (2013), uvádí obvyklé členění a to na:

- **Selektivní faktory** – jsou hlavním předpokladem, a tedy mají značný význam pro rozvoj cestovního ruchu. Tyto faktory se dále dělí na objektivní, do kterých spadá politická situace, životní úroveň, růst volného času, demografická struktura obyvatelstva a růst urbanizace². K subjektivním faktorům podle Gehinové (2008) patří kulturní úroveň obyvatelstva, reklama a propagace, módnost určitých lokalit, exotika nabídky a její atraktivnost.
- **Lokalizační faktory** – k rozvoji cestovního ruchu mají již druhotný význam, ale při umístění a realizaci zaujímají zásadní postavení. Tyto faktory vyjadřují příležitost daného území k cestovnímu ruchu, které lze přeměnit ve zdroj určité ekonomické hodnoty (Foret a kol., 2013). Lokalizační předpoklady rozhodují o účelném využití v dané oblasti nebo centra cestovního ruchu. Gehinová (2008) člení tyto podmínky takto:

Tabulka 1: Členění lokalizačních podmínek

Specifické formy kulturního cestovního ruchu	Kulturně-historické předpoklady a atraktivitu
Poutní místa	Kulturně historické památky
Zahrady	Kulturní zařízení, kulturní a jiné akce
Vojenské památky	Sportovní zařízení a akce

Zdroj: zpracování vlastní, zdroj informací Gehinová (2008)

U této tabulky bych zdůraznila, že do specifických forem kulturního cestovního ruchu patří zahrady, konkrétně i malé zoologické zahrady (Gehinová, 2008).

² **Urbanizace** = soustředování hospodářského i kulturního života do velkých měst na úkor venkova

Na rozdíl od členění Gehinové (2008) jsou podle Foreta, a kol., (2013) lokalizační podmínky děleny na dvě hlavní skupiny a to na **přírodní předpoklady** cestovního ruchu, kam patří reliéf, klimatické poměry, vodstvo, rostlinstvo a živočišstvo. Druhou skupinu pak tvoří **kulturně – historické předpoklady** cestovního ruchu, kam se dále řadí, kulturně- historické památky. Tyto památky, jak uvádí Foret a kol., (2013), jsou dále děleny do třech skupin:

- **architektonické památky** (kaple, rotundy, vojenské památky atd.),
- **přírodní památky** (zahrady, parky),
- **soubory materiálních a duchovních projevů člověka** (jazyk, tradice, hudba, atd.).

Do druhé skupiny se dále řadí **kulturní zařízení** (muzea, galerie, atd.) a **kulturní akce** (filmové/hudební festivaly, mistrovství, atd.)

- **Realizační faktory** - díky těmto faktorům je umožněna faktická realizace cestovního ruchu. Jsou tvořeny dvěma hlavními předpoklady, dopravními a materiálně-technickými. Materiálně-technické podmínky jsou dále tvořeny ubytovacími, stravovacími, sportovními, kulturními a jinými zařízeními uspokojující potřeby účastníka cestovního ruchu (Gehinová, 2008).

2.1.2 Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch tvoří dva podsystemy, a to subjekt a objekt cestovního ruchu. **Subjektem** je každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a většinou ve volném čase. Malá (1999) dělí subjekty na kupující, kteří uspokojují potřeby např. odpočinkem, poznáním apod., a prodávající, což jsou podniky, firmy či jednotlivci, kteří prodávají služby a zboží, aby tak zajistili účast na cestovním ruchu. Kupujícími jsou v tomto případě účastníci cestovního ruchu, kteří navštěvují různá místa ve svém volném čase, jako je např. návštěva příbuzných či jedou na dovolenou. Zařadit sem lze i obchodní konference, vědecké výzkumy nebo studie. Účastníci cestovního ruchu využívají nebo mohou využít všechny formy dopravy a to osobní automobil, vlak, jízdní kolo dokonce i lanovku (Goeldner & Ritchi, 2011). Čertík a kol.(2000) dělí účastníky cestovního ruchu na **turisty**, což je účastník, který v daném místě alespoň 1x přenocuje. Dle místa

trvalého bydliště lze členit turisty na zahraniční a domácí, **výletníky, což jsou účastníci**, kteří ani jednou v navštíveném místě nepřenocují.

Naopak **objektem** cestovního ruchu je vše, co se může stát cílem změny pobytu účastníka cestovního ruchu. Jedná se o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Z tohoto vyplývá, že je nositelem nabídky. Součástí objektu jsou služby a zboží vyráběné podniky a institucemi cestovního ruchu v cílovém místě. Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který je označován primární nabídkou. Podniky, zařízení a instituce umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé aktivity jak rekreační, sportovní, kulturní, tak i jiné aktivity typické pro cestovní ruch. To vše souvisí se sekundární nabídkou (Hesková a kol., 2011). Malá (1999) však uvádí a doplňuje, že objekty jsou nejen služby a zboží, ale také volné statky, které nemají charakter zboží ani služby a jsou to především přírodní statky. Výhodou je, že jsou volně přístupné.

2.1.3 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch má zcela konkrétní podobu, ale v odborných literaturách můžeme narazit na řadu členění. Odborná literatura nejčastěji dělí cestovní ruch na formy a druhy cestovního ruchu, avšak názory autorů se liší, co si představit pod pojmy formy a druhy cestovního ruchu. Shodné členění co patří do forem a co do druhů cestovního ruchu používá Hesková a kol. (2011) i Foret a kol. (2013). Naopak Novacká a kol. (2010) a Petřů (2007) toto rozdělení uvádí přesně opačně. Malá (1999), Foret & Foretová (2001) dodávají, že může být druhů (typů) několik, závisí především na zvolených kritériích. Podle místa se bude jednat o domácí či zahraniční, podle času o krátkodobý nebo naopak o dlouhodobý atd.

Druhy cestovního ruchu se v praxi nevyskytují v samostatné podobě, ale ve vzájemné kombinaci, kdy jeden z nich bývá dominantní (Hesková a kol., 2011). Foret a kol. (2013) dělí druhy cestovního ruchu tak jak uvádí tabulka 2.

Tabulka 2: Druhy cestovního ruchu

<p>Rekreační cestovní ruch</p> <p>-Ve vhodném prostředí s cílem zlepšení fyzického a psychického stavu</p>	<p>Společenský</p> <p>-Setkávání příbuzných, vzpomínkové akce, atd.</p>
<p>Kulturně poznávací</p> <p>-Zaměřený na poznání historie, kultury, tradic, zvyků</p> <p>-Umělecká díla, přírodní zajímavosti</p>	<p>Zdravotní (lázeňsko-léčebný)</p> <p>-Začleňujeme sem zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci, lázně a jiné zdravotně příznivé prostředí</p>
<p>Dobrodružný cestovní ruch</p> <p>-Spojené s nebezpečím, testováním fyzických a psychických vlastností účastníků</p>	<p>Vzdělávací</p> <p>-Cílem je něco nového se naučit</p>
<p>Sportovní</p> <p>-Vlastní sportovní aktivity</p> <p>-Lovecká turistika, ale i pasivní diváctví na sportovních akcích</p>	<p>Profesní</p> <p>-Podnikatelské, obchodní a služební cesty, účast na kongresech, veletrzích a výstavách</p>
<p>Náboženský</p> <p>-Návštěva poutních a posvátných míst</p>	<p>Politický</p> <p>-Sjezdy, meetingy politických stran</p>
<p>Nákupní</p> <p>-Představuje cesty za nákupy</p>	<p>Specifický</p> <p>-Jedná se např. o turistiku pro vozíčkáře</p>
<p>Poznávání přírody</p> <p>-Návštěvy chráněných území, specifickým typem je ekoturistika</p>	

Zdroj: zpracování vlastní, zdroj informací Foret a kol. (2013, s. 13 - 19)

Formy cestovního ruchu se zaměřují na uspokojování potřeb účastníků, v nichž dominuje především hledisko motivů účasti na cestovním ruchu Malá (1999).

Hesková a kol. (2011) uvádí jako základní formy cestovního ruchu:

Tabulka 3: Formy cestovního ruchu

<p>Z geografického hlediska</p> <ul style="list-style-type: none"> - Domácí a zahraniční, mezinárodní, vnitřní, národní, regionální 	<p>Podle počtu účastníků</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individuální, skupinový, masový, ekologický
<p>Podle způsobu organizování</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individuální cesty - Organizovaný zájezd - Klubový cestovní ruch 	<p>Podle věku účastníka</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cestovní ruch dětí, mládežnický, rodinný, seniorský
<p>Podle délky účasti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Výletní, krátkodobý, víkendový, dlouhodobý 	<p>Podle převažujícího místa pobytu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Městský, příměstský, venkovský - Agroturistika - Horský, vysokohorský, přímořský
<p>Podle ročního období</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sezonní, mimosezonní, celoroční 	<p>Podle použitého dopravního prostředku</p> <ul style="list-style-type: none"> - Motorizovaný, železniční, letecký a lodní
<p>Z hlediska dynamiky</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pobytový, putovní 	<p>Ze sociologického hlediska</p> <ul style="list-style-type: none"> - Návštěvy příbuzných a známých - Sociální, komerční, etnický

Zdroj: zpracování vlastní, zdroj informací Hesková a kol. (2011, s. 25 - 31)

2. 2 Podniky cestovního ruchu

Základními prvky systému cestovního ruchu jsou právě podniky cestovního ruchu. Kučerová, Strašík & Šebová (2010) uvádí definici Gúčika (1992, s. 5), který definuje podnik cestovního ruchu „jako podnikatelský subjekt, výrobce výrobků a poskytovatelů služeb, kterými uspokojuje potřeby konečných spotřebitelů, svoji

podnikatelskou aktivitu uskutečňuje samostatně na vlastní účet a přitom na sebe bere přiměřené hospodářské riziko.“

Podniky jsou systémy, a to buď produktivními, protože produkují výrobky a služby, anebo sociálními, jelikož v každém podniku cestovního ruchu působí lidský faktor (Kučerová, Strašík & Šebová, 2010).

Podniky cestovního ruchu plní určité funkce:

- podnikatelské, ekonomické, organizační, environmentální, technické a sociální (Kučerová, Strašík & Šebová, 2010).

2.2.1 Členění podniků cestovního ruchu

Synek, Dvořáček, Dvořák, Dvořák, Dvořáková, Eisler...Tomek (2002) člení podniky cestovního ruchu z hlediska charakteru a míry závislosti svých výkonů na:

- vlastní podniky cestovního ruchu
- ostatní podniky s vazbou na cestovní ruch.

Podle Synka a kol. (2002, str. 356) „*vlastní podniky cestovního ruchu v užším slova smyslu poskytují typické služby cestovního ruchu, přičemž jejich výkony jsou výhradně či převážně určeny účastníkům cestovního ruchu. Výsledky jejich hospodářské činnosti jsou pak na realizaci výkonů pro cestovní ruch zcela závislé.*“ Dále jsou děleny do třech hlavních bodů, které obsahují další členění. Jedná se o:

a) podniky, které se zabývají tvorbou a realizací přímo uspokojujících potřeby a poptávky účastníků cestovního ruchu

- hotelové podniky a podniky ostatních ubytovacích služeb
- podniky a zařízení sportovně rekreačních služeb
- podniky a zařízení služeb kulturních a společensko-zábavních
- lázeňské podniky
- některé podniky dopravní (nekonvenční doprava - lanovky, vleky...)
- podniky provozující zvláštní služby (např. horská služba, průvodcovské služby...)
- podniky vyrábějící turistické zboží

b) podniky zprostředkovatelských služeb – cestovní kanceláře, které mají v cestovním ruchu mimořádné postavení

c) podniky smíšené, které v moderním cestovním ruchu vznikají kombinací obou předchozích

- cestovní kanceláře a dopravní podniky
- hotely a cestovní kanceláře
- hotelové podniky a podniky specializované dopravy, atd. (management-marketing.studentske.eu, 2008)

Druhou skupinou jsou podniky, jejichž výkony jsou stanoveny pro velký okruh obyvatelstva, ale také jsou využívány i účastníky cestovního ruchu, zde hovoříme o podnicích cestovního ruchu v širším slova smyslu. Jedná se o podniky např. dopravní, stravovací, bankovní, pojišťovací, směnářské, obchodní a další.

Zásadní působnost podniků cestovního ruchu je v místech a střediscích cestovního ruchu. Důležité pro poptávku po službách je komplexnost, která zahrnuje poptávku po dopravních, ubytovacích, stravovacích, společensko-zábavních službách. Podniky v daném místě či středisku cestovního ruchu spolu musí, nebo by měly spolupracovat, aby i nabídka byla komplexní (Synek a kol., 2002).

2.2.2 Specifika podniků cestovního ruchu

Hesková a kol. (2011) zmiňuje, jak hlavní cíle podniků jiných odvětví, tak i cíle podniků cestovního ruchu jsou shodné a to dosažení zisku. Nejdůležitějším specifikem v oblasti cestovního ruchu je sama podstata služeb, které jsou vázány na:

- místo, kde se vyskytují předpoklady cestovního ruchu, a spotřebitel jde za těmito atraktivitami,
- klimatické podmínky, rozložení volného času,
- cestovní ruch se vyznačuje vysokou mírou sezonnosti a nerovnoměrným rozložením v průběhu roku či týdne,
- časovost, neboť tvorba, prodej a spotřeba služeb cestovního ruchu je místně i časově spojena,

- pomíjivost, která je dána tím, že pokud služby nejsou spotřebovány v době, kdy jsou k dispozici, jejich výkon je ztracen,
- osobní charakterem neboť slouží k bezprostřednímu uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu,
- vliv makroekonomických faktorů, jako je počasí, přírodní katastrofy, vnitřní i mezinárodní politická situace, válečné konflikty, terorismus, apod. (Hesková a kol., 2011).

2. 3 Trh cestovního ruchu

Malá (1999, str. 40) definuje trh „jako oblast ekonomiky, ve které dochází ke směně zboží a služeb.“ Podle Heskové a kol., (2011) je trh tvořen podniky cestovního ruchu různých velikostí a skládá se z řady společně působících organizací. Na trhu cestovního ruchu získáváme důležité informace, které nám slouží k uplatňování marketingu v podnicích cestovního ruchu (Petrů, 2007). Výše v práci je již zmíněna problematika objektu a subjektu v cestovním ruchu na jeho trhu, na kterém působí jak subjekty, tak i objekty. Palatková & Zichová (2011) trh vymezují jako místo, kde dochází ke střetu **nabídky**, která je tvořena atraktivitami, infrastrukturou cílové destinace a **poptávky**. Palatková & Zichová (2011) se shodují a uvádí, že trh cestovního ruchu také bývá často označován jako trh služeb, jelikož je do jisté míry hlavní forma, právě poskytování služeb. Také je založen na využívání volného času, který chtějí účastníci strávit podle svých představ, a proto vyhledávají zážitky. Samozřejmě je trh cestovního ruchu značně závislý na sezónnosti (Malá, 1999).

2. 4 Produkt cestovního ruchu

Podobně jako u definice cestovního ruchu neexistuje jednotné vymezení, tak i produkt cestovního ruchu je obtížně definovatelný pojem, a též neexistuje ustálená definice. Palatková & Zichová (2011, s. 63) uvádí definici z pohledu jednotlivého

podnikatelského subjektu cestovního ruchu „*produkt může být chápán jako služba nebo komplex služeb, kterou je schopen zabezpečit s využitím vlastních zdrojů.*“ Produkt u většiny služeb je kombinací hmotného zboží a nehmotných služeb (Horner & Swarbrooke, 2003). Podle vymezení Americké marketingové asociace se za produkt považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí. Z tohoto důvodu sem řadíme fyzické předměty a služby, ale také osoby, místa, organizace, myšlenky, kulturní výtvořky apod. (Foret & Foretová, 2001). Hesková a kol. (2011) rozlišují tři úrovně produktu;

- **všeobecný produkt** – je považován za jádro produktu a je tvořen nabídkou specializovaných služeb,
- **očekávaný produkt** – tímto produktem se producent odlišuje od konkurence a přímo s tímto produktem se setkává zákazník,
- **širší produkt** – je to něco navíc, nějaká „přidaná hodnota“, to co zákazník neočekává (Hesková a kol., 2011).

„Produkt cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu a vytvořit tak komplexní zážitek“ (Orieška, 2010, s. 8). Zmíněný produkt je dle stejného autora tvořen volnými statky, službami, zbožím a veřejnými statky. Na začátku jsem zmínila jistou složitost definování produktu cestovního ruchu, která vychází z množství možných kombinací jednotlivých prvků nabídky. Ty mohou mít podobu již uvedených volných a veřejných statků, které jsou Palatkovou & Zichovou (2011) doplněny o vzácné, soukromé a smíšené statky. Produkt se sestavuje v závislosti na typu cestovního ruchu. Účastník si ho může sestavit sám nebo pomocí zprostředkovatele. Neustále dochází k vývoji v oblasti tvorby produktu, jelikož se mění požadavky ze strany poptávky. Dochází k vytvoření řetězce služeb propojených motivem, příběhem a bezproblémovým průběhem (Palatková & Zichová, 2011).

Inovace produktu

Produkty je třeba neustále inovovat. „Inovace je praktická aplikace idejí a tvůrčích myšlenek do nových produktů, procesů, systémů a společenských vztahů.“ Inovace jsou vnímány jako klíč k úspěchu podnikání. (Petříková, 2008, s. 71)

Vývoj nového produktu/ služby

Vývoj nových produktů v sektoru služeb patří mezi mladou oblast výzkumu. Inovace jsou zde rozděleny do šesti kategorií:

- významné inovace – jedná se o radikální inovace, které přinášejí nové významné trhy,
- inovace současných služeb – je to rozšíření nabídky služeb a nalezení nových způsobů k uspokojování potřeb zákazníků,
- nové produkty pro současné trhy - vytvoření trhů s novými produkty a službami, které přináší zákazníkovi větší kvalitu a pohodlí,
- rozšířené současné služby – rozšíření základní nabídky služeb,
- inovace produktu – zlepšují a zdokonalují se stávající produkty. Mění se jak vlastnosti tak i např. design,
- změna stylu – u této strategie se jedná o drobné úpravy či zlepšení určitých prvků služeb (Vaniček & Křest'an, 2007).

Inovace lze dělit také na:

- **produktové** – jedná se o zavedení nových nebo zlepšených výrobků či služeb. Tato inovace se především liší svými charakteristikami nebo zamýšleným užitím. Inovace produktu, který má charakter služby, může zahrnovat významná zlepšení v tom, jak jsou tyto služby poskytovány. Také se může jednat o přidání nové funkce nebo charakteristik ke stávajícím službám nebo zavedení nové služby.
- **procesní** – zahrnuje zavedení nové nebo zlepšené produkce anebo dodavatelských metod,

- **marketingové** – představuje zavedení nové marketingové metody, např. se může jednat o změny v designu produktu,
- **organizační** – spočívají v zavedení nové organizační metody podnikových praktikách (Dvořák, Beck, Boháček, Hadraba, Jakl, Krchová...Wagnerová, 2006).

Právě z výše uvedených inovací jsou výrobní inovace z hlediska postavení podniku na trhu významné, díky tomu, že přinášejí novátorství a při uvádění nových výrobků na trh mohou podnikateli přinést značné výhody.

Inovace v cestovním ruchu

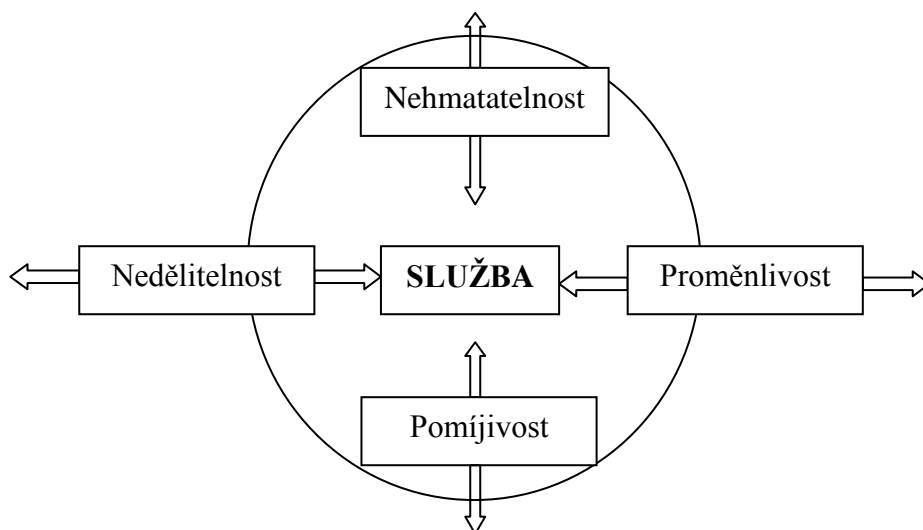
Jak jsem uvedla v úvodu práce, inovace nabídky produktu služeb je důležitým prvkem rozvoje cestovního ruchu. Hlavní cíle inovací v cestovním ruchu jsou:

- zlepšování kvality a podpora rozvoje cestovního ruchu,
- zajištění rovných kritérií hodnocení kvality v cestovním ruchu,
- vytvoření rovných podmínek na trhu cestovního ruchu,
- zavedení důkladnější kontroly a důsledné vymáhání práva,
- posílení ochrany spotřebitele,
- zvýšení transparentnosti služeb a zlepšení orientace na trhu cestovního ruchu (mmr.cz, 2012).

2. 5 Služby

Službu můžeme definovat „jako činnost, kterou může nabídnout jedna strana druhé. Má v sobě určitý prvek nehmataelnosti a vyžaduje určitou vazbu se zákazníkem nebo s jeho majetkem“ (Vaniček & Křesťan, 2007). Služby mají určité znaky či vlastnosti, kterými se právě liší od výrobků a je důležité je znát, abychom mohli určit podstatu služby tak i kvalitu (Gúčík, 2000). Existují čtyři hlavní vlastnosti/znaky služeb, kterými jsou: nehmataelnost, nedělitelnost, proměnlivost, pomíjivost. Služba pak představuje určité spojení či kombinaci těchto čtyř vlastností, které můžete vidět na schématu.

Schéma 1: Kontinuum vlastností služeb



Zdroj: zpracování vlastní, zdroj informací Vaníček & Křest'an (2007, s. 19)

- **nehmatatelnost** – zákazník si je nemůže vyzkoušet, musí hledat něco, co ho přesvědčí o jejich kvalitě. Znamky o kvalitě může najít např. v místě, kde je služba poskytována a to podle lidí, zařízení, propagačních materiálů, ceny apod.
- **nedělitelnost** – tato vlastnost spočívá, že služby jsou vytvářeny a spotřebovávány současně,
- **proměnlivost** - závisí na tom, kdo je poskytuje, kdy je poskytuje a kde je poskytuje,
- **pomíjivost** – spočívá v tom, že služby je možno uskutečnit většinou v přítomnosti zákazníka (Vaníček & Křest'an, 2007).

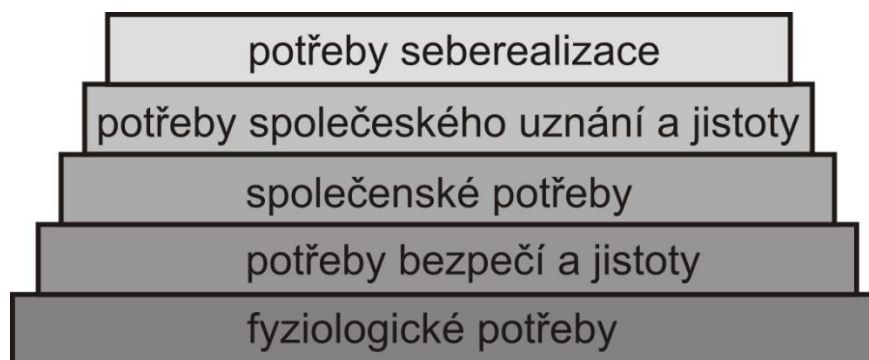
2. 6 Služby cestovního ruchu

Dále jsem se zaměřila přímo na služby cestovního ruchu a v další části uvedu klasifikaci těchto služeb. Následně rozeberu a uvedu konkrétní druh služby významnou z pohledu mé práce, a to kulturně-společenskou službu.

Hesková a kol. (2011) ve své literatuře uvádí všeobecný fakt, že služba se spotřebovává ve všech sférách ekonomiky. Pro cestovní ruch služeb je charakteristická komplementarita neboli komplexnost, kdy spotřeba jedné služby vyvolá spotřebu další

služby, dále je to zastupitelnost a mnohooborovst (Hladká, 1997). Lidé, kteří cestují mimo místo trvalého bydliště, potřebují zajistit různé služby, nejen existenční potřeby. Účastník cestovního ruchu chce uspokojit i další potřeby, např. rekreačními aktivitami. Pro rozšíření či doplnění znalostí jsem níže v schématu uvedla výčet existenčních potřeb.

Schéma 2: Maslowova hierarchie potřeb



Zdroj: zpracování vlastní, zdroj informací Čertík a kol.(2000)

Gúčík (2000) a také Oriška (2010) uvádí základní rozdělení služeb na:

- **služby cestovního ruchu** – převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu,
- **ostatní služby** – ve velké míře jsou určeny pro uspokojování potřeb místního obyvatelstva, ale mohou je spotřebovávat i účastníci cestovního ruchu.

Stejní autoři klasifikují služby podle různých kritérií, kterými jsou:

- **druhovému členění služeb cestovního ruchu** – vyjadřuje jejich vztah např. k podnikům cestovního ruchu,
- **podle fází realizace cestovního ruchu** – jsou to buď služby, které účastník na cestovním ruchu kupuje a spotřebovává v místě svého trvalého bydliště, během cesty, během pobytu v cílovém místě a další služby v závislosti na formě či druhu cestovního ruchu.
- **z časového hlediska** – jedná se o služby, které jsou poskytovány v sezóně nebo mimo sezónu,

- **z hlediska uspokojení potřeb** – se dělí na základní a doplňkové služby cestovního ruchu,
- **podle charakteru spotřeby** – jsou služby děleny na osobní a věcné,
- **z ekonomického hlediska** – se služby člení na placené a neplacené.

Existují ovšem i jiné pohledy na členění služeb. Čertík a kol. (2000) služby člení dle jejich poskytovatele. Služby v oblasti cestovního ruchu mohou poskytovat:

- **dodavatelé**, hlavní dodavatelé služeb jsou:
 - ubytovací zařízení a stravovací zařízení,
 - dopravci (letecká, železniční, silniční, městská...),
 - atraktivita (přírodní, společenské události, kulturní a historické objekty, tematické parky),
- **zprostředkovatelské** – cestovní kanceláře a cestovní agentury, organizátoři incentivní a kongresové turistiky,
- **marketingové organizace** – organizace měst, regionů, zemí nebo států, které se zajímají o turistické využití těchto území.

2. 6. 1 Klasifikace služeb cestovního ruchu

Nejčastější klasifikace služeb cestovního ruchu je dle tzv. druhového členění, které uvádí Oriěška (2010), který služby člení na:

- **informační služby** – poskytují komplexní informace o atraktivitách a službách v místě a v regionu. Poskytování služeb se může změnit až na poradenskou činnost.
- **dopravní služby** – umožňují přepravu účastníků z místa trvalého bydliště do cílového místa a zpět,
- **ubytovací služby** – umožňují přenocování nebo přechodné ubytování. Jsou spojeny s poskytováním ještě dalších služeb jako např. podávání informací, úschova zavazadel atd.,

- **stravovací služby** – zajišťují základní potřeby jako je výživa a přispívají k zotavení,
- **sportovně-rekreační služby** – tyto služby můžeme považovat za nejvýznamnější. Umožňují využívat aktivně přírodní a uměle vytvořené podmínky k rozvoji sportu.
- **kulturně-společenské služby** – jejich poskytování je spojeno s hlavním motivem kulturního a městského cestovního ruchu,
- **lázeňské služby** – jejich poskytování je podmíněno přítomností léčivých zdrojů a zařízení umožňující pobyt během lázeňské léčby,
- **kongresové služby** – jsou to akce, které mají připravený odborný program a jsou spojené s poskytováním dalších různých druhů služeb. Je zapotřebí velké připravenosti, proto je organizují profesionální organizátoři.
- **služby venkovského cestovního ruchu** – jedná se o zařízení, která jsou lokalizována na venkově,
- **průvodcovské a asistenční služby** - zajišťují poskytování informací, buď celým skupinám, nebo jednotlivcům,
- **animační služby** – pro lidi, kteří si chtějí odpočinout, rozveselit apod., zvláštní péče je věnována dětem a mládeži, na vše dohlíží animátor.

2. 6. 2 Kulturně – společenské služby

Podle Heskové a kol. (2011) uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Mají vliv na rozvoj duchovní stránky člověka, neboť zprostředkovávají pro účastníky zábavu, rozptýlení a společenskou komunikaci. I když se spojují s poznáváním, zábavou a společenskou komunikací, tak jsou součástí i jiných druhů cestovního ruchu, např. rekreačního, kongresového apod. Je důležité, aby objekty, které tyto služby poskytují, přizpůsobily svojí provozní dobu poptávce návštěvníků a aby vše doplňovali i jinými službami jako např. občerstvení, prodej upomínkových předmětů. Zmínila bych, že do těchto služeb patří i náboženský cestovní ruch, kdy účastníci navštěvují různá poutní místa a účastní se náboženských obřadů.

Tabulka 4: Objekty kulturně-společenských služeb

Objekty kulturně-společenských služeb		
Kulturně-historické objekty -Hrady, zámky, tvrze, památníky, skanzeny, technické památky, pamětní místnosti a objekty, sakrální stavby a památky	Kulturní a osvětová zařízení -Divadla, kina, koncertní sály, kulturní domy, galerie, obrazárny, knihovny, čítárny, botanické zahrady, tematické parky, lunaparky, zpřístupněné jeskyně, zoologické zahrady	Společenská a zábavní zařízení jako součást ubytovacích a stravovacích podniků -Kavárna, espresso, varieté aj.

Zdroj: zpracování vlastní, zdroj informací Oriška (2010, s. 171)

Z hlediska náplně mé práce mají pro mě význam kulturní a osvětová zařízení, pod které spadají i zoologické zahrady (Oriška, 2010), jak je uvedeno v tabulce.

2. 6. 3 Tématické parky, zahrady a volnočasová centra

V tomto oddílu se budu detailněji zabírat tématickými parky, zahradami a volnočasovými centry. Konkrétně definicemi, jejich historií a statistikami.

Park je část města nebo krajiny, ve které se nachází udržovaná zeleň. Hlavní funkce parků je estetická a relaxační. Klasické parky jsou typické výskytem stromů, cest a záhonů s květinami často doplněné o vodní plochy jako jsou např. jezírka a stavbami, např. altánky. Zahradou, ve smyslu kulturní atraktivity v cestovním ruchu, rozumíme venkovní prostory určené k pěstování rostlin, ale nejen to, patří sem i zahrady k vědeckým a pedagogickým účelům – botanické zahrady. Jako zvláštní typ zahrad, bychom mohli uvést zoologické zahrady, které stimulují přirozené prostředí zvířat. V zahradách či parcích se mohou konat festivaly a slavnosti (Kesner, Moravec, Novotný & Škodová-Parmová, 2008).

Parky vznikající v České republice, musí volit mezi dvěma koncepty a to, zda mohou plnit roli čistě zábavou, nebo jestli budou sloužit ještě pro poučení a vzdělání. Právě pro návštěvníky, investory a i provozovatele je, co se týče současných trendů zajímavý právě koncept, který slouží pro poučení i vzdělání účastníků. Případem je řada zoologických či botanických zahrad lokálního nebo regionálního významu. U tematických parků je důležitá zejména inovace atrakcí, abychom přiměli návštěvníka k opakované návštěvě. Dále bychom neměli zapomínat na dodatkové služby, kterými bychom zabavili návštěvníky i během nepříznivého počasí (Kulman, 2003).

Zoologické zahrady mají v České republice poměrně bohatou a dlouhou historii. První zoologická zahrada byla založena v roce 1895 v Liberci. Od té doby vzniklo na území České republiky více než 20 dalších ZOO. Největší zoologickou zahradou je ZOO Praha v Troji, kterou navštíví v průměru 1 milion návštěvníků ročně (turistickyatlas.cz, 2010).

Podle průzkumu, který si nechala udělat Unie českých a slovenských zoologických zahrad (UCSZOO), zájem o návštěvníky českých ZOO stoupá jak v hlavní sezóně, tak i mimo hlavní sezónu. Zoologické zahrady jsou otevřeny až na výjimky 12 měsíců v roce. Mnozí návštěvníci si myslí, že přes zimní měsíce není v ZOO co k vidění, což není pravda. V uplynulých letech se mnoho zoologických zahrad zaměřilo i na rozvoj aktivit mimo hlavní sezónu. Průzkum, který probíhal ve 14 českých zoologických zahradách, kdy bylo osloveno 1268 respondentů, který si nechal realizovat UCSZOO, ukázal, že až 73 % respondentů by přišlo do ZOO také v zimních měsících, kdyby byli osloveni lákavou nabídkou. Překvapením nebylo zjištění, že většina návštěvníků ZOO přijede osobním vozem – celkem 69 % návštěvníků., což se shoduje s výsledky z mého dotazníkového šetření, kdy nejvíce respondentů přijelo do ZOO osobním automobilem. Největší zájem mají návštěvníci v ZOO o krmení zvířat. Dalším „zaručeným tahákem“ je narození mláděte, noční prohlídka ZOO nebo speciální akce, jako jsou „Strašidelná ZOO“ nebo „Vánoce v ZOO“ (Dvořáková, 2012).

3 Metodika práce

Na začátku kapitoly 4 byla vymezena zkoumaná oblast Táborsko, kde jsem vyčlenila město Tábor s jeho příměstskými částmi, přičemž v jedné z nich, konkrétně v příměstské části Větrovy, se nachází zařízení ZOO Tábor - Větrovy. Údaje byly získávány především ze stránek Jihočeského kraje, obcí ve zkoumaném území, města Tábor, a provozovatelů atraktivit popř. služeb na nich poskytovaných. Data se týkala především geografických informací pro vymezení oblasti, atraktivit cestovního ruchu v oblasti a poskytovaných službách v mnou zkoumaném zařízení a konkurenčních zařízeních. Pro porovnání poskytovaných služeb ZOO Tábor – Větrovy a konkurenčních podniků, jsem si vybrala zařízení v rámci Jihočeského kraje. V této oblasti se nachází tři zoologické zahrady. U těchto zařízení jsem analyzovala nabídku služeb, výši vstupného, otevírací dobu atd. a porovnávala je se ZOO Tábor – Větrovy. Tato zařízení byla vybrána z důvodů jako jsou: geografická souvislost, velikost, vlastnická struktura apod. Problémy se kterými jsem se setkala, byl nedostatek statistických údajů, které jsem nemohla dohledat, a rozporuplné informace z různých zdrojů. Konkrétní analýza probíhala na základě internetových stránek, interních zdrojů a výročních zpráv. Po této analýze následoval sběr primárních dat.

Pro vypracování bakalářské práce bylo zapotřebí vlastního terénního šetření, které probíhalo pomocí dotazníkového průzkumu, a to především v hlavní letní sezóně v měsících červenec, srpen a září roku 2013. Vzhledem ke stanovenému cíli byl vypracován dotazník, který se týkal přímo zařízení ZOO Tábor – Větrovy. Úvod dotazníku byl spíše informativní a také obsahoval poděkování za čas, který mu lidé věnovali. Otázky se týkaly výzkumu spokojenosti návštěvníků v zařízení ZOO Tábor – Větrovy. Toto dotazování bylo více podrobné, jelikož dotazník čítal 20 otázek, z toho 12 otázek bylo uzavřených³, 6 otevřených⁴ a 2 polouzavřeného typu⁵. V otevřených

³Uzavřené otázky - je několik možných variant odpovědí, ze kterých si dotazovaný vybírá jednu nebo více odpovědí, které se nejvíce blíží jeho názoru (dotaznik-online.cz, 2007).

⁴Otevřené otázky - v otevřené otázce se může dotazovaná osoba vyjádřit svými slovy podle vlastního uvážení. Nedostává na výběr z předpřipravených variant odpovědí (dotaznik-online.cz, 2007).

⁵Polouzavřené otázky - kombinují výhody otevřených a uzavřených otázek. Polouzavřená otázka vznikne přidáním varianty "jiné" do uzavřené otázky, která je vlastně otevřenou otázkou a umožňuje respondentovi volně vyjádřit svůj názor (dotaznik-online.cz, 2007)

otázkách mohli respondenti vypsát svoje připomínky k zařízení, co se jim líbilo a naopak co by se dalo zlepšit apod. Tyto odpovědi mi především poskytly podklad pro zpracování inovací v podniku. Dotazování probíhalo z části osobně před vstupem do ZOO Tábor – Větrovy a poté prostřednictvím internetu, kdy mi zoologická zahrada umožnila umístit dotazník na své internetové stránky. Jelikož dotazníkový průzkum probíhal i prostřednictvím internetu, je obtížné vyjádřit celkovou návratnost dotazníků. Internetových dotazníků bylo vyplněno 46 a návratnost tištěných dotazníků činila cca 60% z celkového počtu. Z dotazníkového šetření byla vypracována syntéza údajů, kde byly porovnány výsledky. Pro zpracování dat jsem si vybrala program Microsoft Office Excel 2007.

Další část práce byla věnována rozhovoru. Rozhovor probíhal s Lenkou Hrubou, animátorkou vzdělávacích a doprovodných programů a také tiskovou mluvčí zařízení ZOO Tábor – Větrovy. Řízený rozhovor mi přinesl odpovědi na otázky, které potřebuji k formulaci závěru. Cílem tohoto dotazování bylo doplnit základní a zásadní informace o podniku, které mi také pomohly vyvrátit nebo potvrdit skutečnosti z dotazníkového šetření. Otázky se také týkaly jak současnosti, tak i budoucnosti ZOO Tábor – Větrovy. Jelikož rozhovor probíhal, když už jsem měla navrhnuté inovace, mohla jsem s nimi obeznámit zařízení a tak zjistit, zda tyto inovace zaujaly, a zda by bylo možné tyto inovace zrealizovat. Veškerá data jsem shrnula a poté ještě doplnila práci o získané odpovědi.

Na výsledcích všech analýz a na základě literárního přehledu řešené problematiky, vlastního pozorování a dotazníkového šetření jsem zpracovala návrhy nebo spíše inovace produktů ve zkoumaném zařízení, které by měly vylepšit současnou situaci a zvýšit standard poskytovaných služeb.

V práci jsem použila metody syntézu, analýzu, pozorování, komparaci, indukci a dedukci. Analýza je proces reálného nebo myšlenkového rozkladu zkoumaného objektu na dílčí části, které se následně stávají předmětem dalšího zkoumání. Jde o rozbor vlastností, vztahů, faktů postupující od celku k částem (lorenc.info, 2013). Analýzu jsem využívala zejména při rozboru produktu zkoumaného zařízení. Syntéza je myšlenkové spojení poznatků získaných analytickými metodami v celek. Syntézu jsem využila k závěrečnému shrnutí výsledků jak z dotazníků, tak z řízeného rozhovoru

(lorenc.info, 2013). Pozorování je součástí denního života. Pro pozorování je charakteristické, že probíhá bez aktivní účasti pozorovaného. Lidem neklademe otázky, ale pouze pozorujeme, jak se chovají, jaké pocity vyjadřují apod. (Přibová, Hindls, Kliková, Raiter, Trmač, Vysekalová & Zahradníček, 1996). Pozorování jsem využila při návštěvě jak v mnou analyzovaném zařízení, tak i při návštěvě konkurenčních zařízení. Komparativní, nebo-li porovnávací přístup, nám umožňuje zhodnotit a zanalyzovat procesy a přístupy v okolních a v daném oboru (informacniinstitut.cz, 2012). Komparaci jsem v práci využívala při porovnání konkurenčních zařízení s mnou zkoumaným zařízením ZOO Tábor – Větrovy. Indukce znamená vyvozování obecného závěru na základě poznatků o jednotlivostech. Dedukce je postup od méně obecného k obecnějšímu (lorenc.info, 2013).

4 Vymezení oblasti

4. 1 Geografické vymezení oblasti

Táborsko

Jak bylo zmíněno v metodice, nejprve vymeším oblast Táborsko, kde vyčlením město Tábor s jeho příměstskými částmi, přičemž v jedné z nich, konkrétně v příměstské části Větrovy, se nachází zařízení ZOO Tábor – Větrovy.

Táborsko, respektive oblast Tábor, je jedním z jihočeských regionů, který je bohatý na přírodní, kulturní i historické zajímavosti. Převážnou část zde zaujímá Táborská pahorkatina a Třeboňská pánev. Rozloha táborského regionu je 1.300 km², která ho činí druhým největším okresem kraje. Počet obyvatel okresu je 103 tis. Tábořsko je známo také díky řece Lužnici, která protéká od jihu k severu. Další významnější řekou je přítok Lužnice - Nežárka. Nacházejí se zde rovněž četné rybníky, z nichž mnohé poskytují rekreační možnosti - Horusický jižně od Veselí nad Lužnicí, Knížecí u Zárybnické Lhoty atd. (taborc.z.eu, 2012).

Obrázek 1: Vymezení okresu Tábor



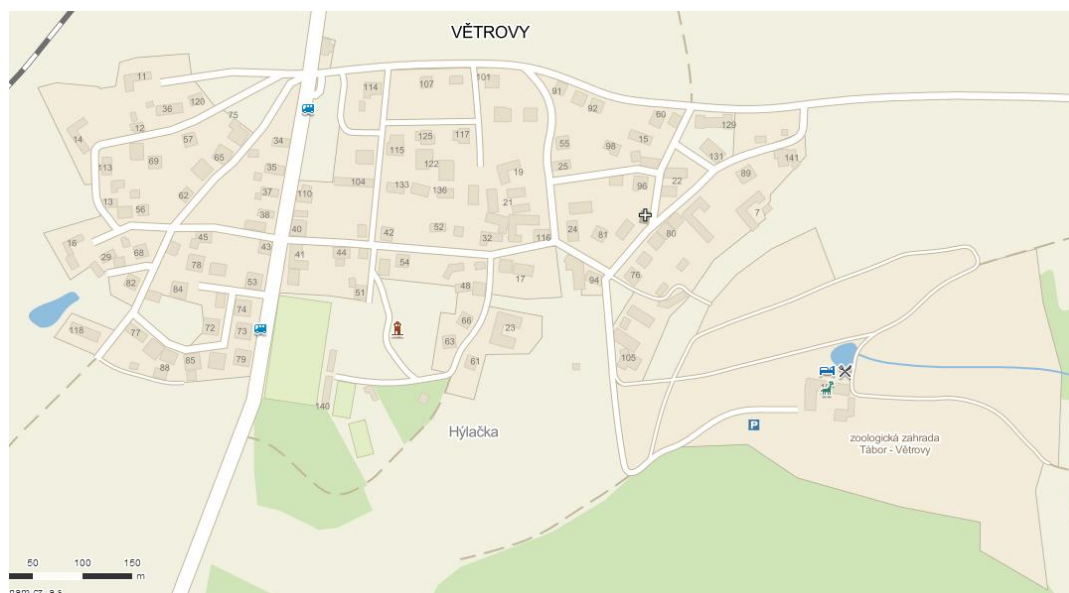
Zdroj: trasovnik.cz (2008)

Samotné město Tábor láká návštěvníky pro svou historii. Můžeme zde nalézt labyrint středověkých uliček a monumentální městské hradby. Tábor leží na severním okraji jižních Čech na rozhraní Třeboňské pánve a Vlašimské vrchoviny, 83 km jižně od hlavního města Prahy, 60 km severně od Českých Budějovic (Dvořáček, 2010). Přimo město Tábor zahrnuje 15 příměstských částí, kterými jsou: Hlinice, Čelkovice, Čekanice, Měšice, Zarybniční Lhota, Zahrádka, Všechov, Smyslov, Horky, Klokoty, Náchod, Větrovy, Stoklasná Lhota, Záluží, Tábor (taborc.z.eu, 2012).

Větrovy

Větrovy, kde se nachází mnou zvolené zařízení, tedy ZOO Tábor – Větrovy, jsou jedna z příměstských částí města Tábora s počtem obyvatel 324. Leží přibližně 2 km jihozápadně od centra města. Nejvyšší bod celé obce je u místa bývalé rozhledny Svobody „Hýlačka“, ve výšce 525 m n.m. Obec je velmi dobře dostupná z Tábora pomocí linek MHD (vetrovy.eu, 2012).

Obrázek 2: Příměstská část Větrovy



Zdroj: mapy.cz (2011)

Mnou zkoumané zařízení mimo jiné spojuje s Táborem naučná stříbrná stezka, která může být zajímavou alternativou, jak se dostat do zařízení. Právě tato stezka by mohla být dalším předmětem pro inovace.

Naučná stříbrná stezka Tábor – Horky – Větrovy

Stezka je dlouhá 3500 m, má převýšení 105 m a má 8 zastavení, každé s naučnou tabulí, kde návštěvníci naleznou texty, fotky a také např. GPS polohu (vetrovy.eu, 2012). Jednotlivá zastavení stezky jsou: Hotel Lázně, Štola sv. Jana Nepomuckého, šachta Vinný sklep, šachta Nová v Horkách, polní historická cesta, vyhlídka Větrovy, kaple sv. Trojice, rozhledna Svobody Hýlačka.

Obrázek 3: Naučná stříbrná stezka Tábor – Horky – Větrovy



Zdroj: vetrovy.eu (2012)

4. 2 Atraktivita cestovního ruchu ve zkoumané oblasti -Tábor

Větrovy jsou příměstskou částí města Tábora, ale jelikož neposkytují takové množství služeb a atraktivit cestovního ruchu, zaměřila jsem se na atraktivitu přímo ve městě Tábor, které se nachází necelé 4 km od zkoumaného podniku. Mezi nejvýznamnější atraktivitu v Táboře patří zajisté památky, které jsou jedním z největších lákadel pro návštěvu historického města.

Památky v Táboře

- **Žižkovo náměstí** – Žižkovo náměstí poskytuje svým návštěvníkům přehledku pamětihodností téměř všech architektonických slohů.
- **Renesanční kašna na Žižkově náměstí** – Uprostřed Žižkova náměstí se vyjímá kašna zhotovená v letech 1567-1568 kamenickým mistrem Ondřejem ze Sušice. Kašna tvořila součást systému zásobování města vodou.
- **Pomník Jana Žižky z Trocnova** - Slavný husitský vojevůdce sehrál důležitou roli v budování města i při vzestupu moci a slávy husitského Tábora.
- **Táborské středověké podzemí** – Komplex podzemních prostor a chodeb představuje zvlášť vyhledávanou táborskou raritu. Dnes hojně navštěvovaná památka vznikala od 15. století hloubením sklepů, nazývaných "lochy", pod jednotlivými domy v historické části Tábora na Starém městě.
- **Táborská radnice** – byla dokončena roku 1521 a řadí se k nejvýznamnějším a nejhezčím památkám pozdní gotiky v jihočeských městech. (www.Kudyznudy.cz, 2014)
- **Bechyňská brána a věž Kotnov** – Dominantu nejstarší dochované architektonické památky v Táboře představuje z daleka viditelná věž Kotnov, nazývaná podle bájného zakladatele hradu. O původu a stáří hradu se vědci dodnes přou.
- **Housův mlýn** – Areál Housova mlýna se nachází v Tismenickém údolí, pod starobylými hradbami města Tábora. Z jedné strany je obklopen zelení Holečkových sadů, z druhé strany je obtékán Tismenickým potokem, který protéká jezerem Jordán.

- **Poutní kostel Klokoaty**
- **Divadlo Oskara Nedbala** – Táborské divadlo dostalo jméno podle slavného rodáka Oskara Nedbala (1874-1930). Významný hudební skladatel, dirigent a virtuóz, člen slavného Českého kvarteta vystudoval v Táboře gymnázium a rád na město svých dětských a studentských let vzpomínal.
- **Údolní nádrž Jordán a vodárenská věž** – Renesanční vodárenská věž, zdobená obloučkovými štíty, je stavbou technického charakteru. Její vznik předurčila stavba vodní nádrže Jordán, zásobárny pitné vody pro město. Dnes se v několika patrech Vodárenské věže nachází galerie (taborc.eu, 2012).

Nejen historické památky jsou navštěvovanou atraktivitou v Táboře. Turisty také lákají přírodní zajímavosti, jako jsou např. geologická expozice Pod Klokoaty, samotná řeka Lužnice, botanická zahrada Tábor, granátová skála či naučná stezka Pintovka. V okolí Tábora můžeme naleznout další atraktivity, jako jsou: památník Dr. Edvarda Beneše v Sezimově Ústí, Kozí Hrádek, Chýnovská jeskyně, zříceniny hradů Příběnice a Příběničky, zřícenina hradu Borotín, Jistebnice, Mladá Vožice, Šelmberk Choustník a další.

Při návštěvě atraktivit lidé využívají i různých služeb cestovního ruchu. Z teoretického hlediska již byly popsány v přehledu řešené problematiky, a nyní bych v tabulce shrnula kulturně – společenské služby ve zkoumané oblasti.

Tabulka 5: Kulturní zařízení

Divadla	Divadlo Oskara Nedbala
Galerie	Galerie U Radnice, galerie 140, galerie Vodárenská věž, galerie za vrátky, galerie a antikvariát Bastion, Gotický sál Husitského muzea, výstavní síň Divadla Oskara Nedbala
Hudební kluby	Recykle music bar, music club Kotnov, Milenium Tábor, MC Orion a další

Kina	Letní kino, Kino Svět, kino Spektrum, kino Dům armády
Knihovny	Městská knihovna Tábor
Muzea a expozice	Husitské muzeum a podzemní chodby Expozice Táborských poklad, hvězdárna, muzeum čokolády a marcipány, Strašidelné podzemí, muzeum Lega, muzeum hudby

Zdroj: vlastní zpracování, zdroj informací, www.taborcz.eu, 2012

Některá ze zařízení jsou vybavena i bezbariérovým přístupem jako např. městská knihovna Tábor, galerie u radnice, ZOO Větrovy, divadlo Oskara Nedbala, kino Spektrum, kino Svět.

Tabulka 6: Pravidelné kulturní akce

Reprezentační slavnosti piva a minerálních vod - leden	Pravidelně každý rok se v Táboře opakuje akce oslavující tradiční český zlatavý mok. Na pivní slavnosti do kongresového sálu Hotelu Palcát v Táboře se vždy v lednu sjíždějí význační čeští výrobci piva a minerálních vod. Souběžně se soutěží pivovarů o prvenství bojují i výrobci minerálních vod.
Husitské dny - červen	Program se odehrává na přírodní scéně pod hradbami města v historickém areálu Housova mlýna. Je určen zejména žákům základních škol a rodinám s dětmi. Jeho první část je koncipována jako divadelní hra o životě Mistra Jana Husa, ve druhé části následují zábavné ukázky ze středověkého života, hry a soutěže.
Táborské kulturní léto červenec - srpen	Pobyt návštěvníkům po celé léto zpříjemní cyklus pořadů s názvem Táborské kulturní léto, který je vždy slavnostně zahájen Festivalem posádkových hudeb. Návštěvníci shlédnout řadu koncertů vážné hudby, promenádní

	koncerty, dětská zábavná odpoledne, pohádky pod širým nebem, rockové koncerty, historické večery atd.
Táborská setkání - září	Festival inspirovaný středověkou historií. Jednou ročně se centrum Tábora promění na několik dní ve středověké město se svými trhovci, řemeslníky, rytířskými souboji, řemeslníky, kejklíři a tanečnicemi. Nenapodobitelnou atmosféru podtrhuje slavnostní průvod městem s příchodem Jana Žižky, velkolepý ohňostroj a další doprovodné kulturní akce.
Táborské vánoce - prosinec	Bohatá nabídka, v níž každý může najít to své, se stala už tradicí. Svátečně vyzdobené město každoročně v závěru roku nabídne řadu programů pro dospělé i pro děti.

Zdroj: vlastní zpracování, zdroj informací www.taborcz.eu, 2012

4. 3 Analýza poskytovaného produktu ZOO Tábor - Větrovy

Zoologická zahrada Tábor – Větrovy je největší zoologickou zahradou v Jižních Čechách. Nachází se v přílehlé části historického města Tábor na Větrovech. S více než 80 druhy zvířat převážně amerického kontinentu přispívá k zachování biologické rozmanitosti volně žijících živočichů jejich chovem v lidské péči (zootabor-vetrovy.cz, 2011)

Otevírací doba

ZOO Tábor – Větrovy je možné navštívit celoročně, ačkoliv v zimních měsících je otvírací doba omezena.

Březen, duben, květen, září, říjen	09:00 – 18:00
Červen, červenec, srpen	09:00 – 19:00
Listopad - únor	10:00 – 16:00

Vstupné

Při vstupu do ZOO lze uplatnit velké množství slev a výhod, které lze navzájem různě kombinovat. Samozřejmostí je dětské vstupné, studentská a seniorská sleva atd. Celý výčet viz tabulka.

Dospělí	110,- Kč
Děti do 150 cm	60,- Kč
Děti v kočárku	zdarma
Rodinné vstupné (2 dospělí a 2 děti do 150 cm)	320,- Kč
Osoby 70 let a více	60,- Kč
Studenti na základě předložení karty ISIC	60,- Kč
TP/TZP	50,- Kč
Psi	30,- Kč
ZTP/P + průvodce	zdarma
Asistenční psi	zdarma
Vozíčkář	zdarma
Permanentka dospělí – 12 vstupů	900,- Kč

Parkovné

Areál ZOO poskytuje hlídané parkoviště za poplatek. Osobní vozidla v měsících duben – říjen 50,- Kč. Ostatní měsíce zdarma.

Služby, které ZOO poskytuje:

- komentované prohlídky, krmení,
- koněspřežka,
- jízdy na koni,
- Adopce zvířat - adopcí se rozumí poskytnutí finančního příspěvku (daru) souvisejícího s financováním chovu daného druhu zvířete. Každé zvíře chované

v zoo je oceněno finanční částkou, která je u jednotlivých druhů odlišná a je odvozená od ročních nákladů na krmivo a další péči o jednotlivé zvíře.

- penzion a restaurace ZOO Tábor –Větrovy,
- doprovodné programy pro školní kolektivy,
- přednášky,
- stánek se suvenýry a turistickými známkami,
- automat s pamětními mincemi,
- parkoviště – kapacita cca 100 vozidel.

V areálu se nachází:

Penzion ZOO Tábor – Větrovy leží, dá se říci uprostřed zoologické zahrady a nabízí ubytování ve dvoulůžkových pokojích a rodinných apartmánech, celkem 34 lůžek. Využít také můžete wellness centrum s vířivou vanou, vinný sklípek a půjčovnu terénních kol. Ubytování - Pokoje jsou vybaveny koupelnou se sprchovým koutem a WC, TV, telefonem, připojením na internet (Wifi), minibarem. Apartmány jsou dále vybaveny koupelnou s vanou a WC, TV, telefonem, připojením na internet, minibarem, kuchyňskou linkou a nádobím (www.zootabor-vetrovy.cz, 2011). V penzionu fungují i zážitkové programy, které jsou využívány a jedná se o „Romantický pobyt pro dva“, „Za poznáním s celou rodinou“, „Ošetřovatelem v ZOO“, wellness balíček či pobyt v ZOO pro seniory 60+.

Vinný sklípek je součástí penzionu, kde je samozřejmě možná degustace vín. Podávají se červená, bílá i růžová vína z oblasti Velké Bílovice. Kapacita je omezena a to na max. 25 osob.

Restaurace ZOO Tábor – Větrovy nabízí vyhlášené masové speciality, českou klasiku, vegetariánské pochoutky a široký výběr lahodných dezertů. V letních měsících jsou rovněž otevřeny terasy se slunečníky. Restauraci využijí také ti, kteří hledají místo pro oslavu narozenin, rodinný sraz nebo firemní večírek. Za povšimnutí stojí, že veškerá jídla jsou připravována bez jakýchkoliv chemických přísad a jsou tedy ryze s přírodních produktů. Dochucována jsou nejrůznějšími druhy koření, která jsou pěstována na záhonu v ZOO. V období zimní sezony od 1. 11. 2013 do 31. 3. 2014 jsou restaurace a penzion uzavřeny. V případě zájmu možnost objednání soukromé akce.

4. 4 Analýza poskytovaných služeb v konkurenčních zařízeních

Jak bylo zmíněno v kapitole 3, byly vybrány tři konkurenční zařízení, kterými jsou: ZOO Ohrada, krokodýlí ZOO v Protivíně a ZOO Dvorce. U těchto zařízení rozeberu nabídku služeb a porovnáji ji s mnou analyzovanou ZOO Tábor – Větrovy.

ZOO Ohrada - Hluboká nad Vltavou

ZOO Ohrada v Hluboké nad Vltavou bylo poprvé otevřeno pro veřejnost 1. května 1939. Vzniklo jako součást loveckého muzea v zámku Ohrada. ZOO Ohrada se vzhledem ke své malé rozloze specializuje především na chov malých a středně velkých druhů zvířat. Pozornost všech návštěvníků přitahuje chov erbovního zvířete vydry říční a její pavilonek s prostornými prosklenými bazény (www.ceska-zoo.cz).

Podnik má poměrně malou rozlohu (necelé 3 hektary) a na tuto rozlohu velkou návštěvnost (vůbec nejvyšší ze všech českých zoo v poměru počet návštěvníků na ha plochy (v roce 2013 zavítalo do ZOO 230 332 návštěvníků), do které se započítává i plocha výběhů a voliér. Je zde chováno okolo 300 druhů zvířat ve více než 2500 exemplářích. V posledních letech věnuje zoo zvláštní pozornost zejména ohroženým druhům české a evropské fauny (www.zoohluboka.cz, 2013). V roce 2013 ZOO zaznamenala 2784 jedinců zvířat a ve stejném roce byla dokončena stavba „Nová setkání“ – expozice velkých šelem palearku, horské fauny a euroasijských stepí.

Služby, které ZOO poskytuje:

- **záchranná stanice** - zoologická zahrada Ohrada poskytuje azyl zraněným a nemocným zvířatům z volné přírody jižních Čech. Od roku 1997 je zoo členem Národní sítě stanic pro handicapované živočichy koordinované ČSOP,
- **krmení zvířat** – probíhá v pravidelných časech v sezóně včetně komentáře ošetřovatele. Krmení probíhá u zvířat: vydra říční, medvěd hnědý, malé šelmy. Dále mají návštěvníci možnost nakrmit některé ze zvířat sami, jako např. kozy, které si mohou i pohladit. Krmivo pro zvířata lze zakoupit v automatech na mince,

- **restaurace ZOO Hluboká nad Vltavou** - prosklená restaurace s výhledem na Munický rybník, zámek Hluboká a zoologickou zahradu. Součástí interiéru je velké mořské akvárium. V roce 2013 došlo k zastřešení terasy a venkovního schodiště u vchodu do restaurace,
- **večerní komentované prohlídky,**
- **dětské divadelní dny,**
- **dětský koutek,**
- **adopce zvířat,**
- **informační stánek** – poskytuje návštěvníkům informace o problematice CITES.
- **muzeum s přírodovědnými sbírkami,**
- **bohaté programy pro školy všech stupňů,**
- **některé expozice jsou doplněny o dotykové prvky pro zrakově postižené spoluobčany,**
- **oddělení vzdělávání** – toto oddělení realizovalo v roce 2013 celkem 235 lekcí vzdělávacích programů o zvířatech, pro mateřské, základní a střední školy.
- **výstavy v ZOO** – v roce 2013 proběhlo 9 výstav
- **ozvěny Ekofilmu** – návštěvníci zoo mohli shlédnout 9 filmů z filmového festivalu o životním prostředí. Tato služba byla poskytována od 19. do 23. 8. 2013.
- **přednášky a besedy pro veřejnost,**
- **dětské letní Tábory v ZOO,**
- **akce pro veřejnost** – např. Velikonoce s Flopem, May Day (májový den), dětské odpoledne v ZOO a mnohé další,
- **nové terárium** www.zoohluboka.cz, 2013

Turistické zajímavosti v okolí: Aquapark Hluboká nad Vltavou, Alšova Jihočeská galerie, Zámek Ohrada, Zámek Hluboká nad Vltavou.

Levné ubytování v dosahu ZOO: Camping Restaurant Bezdrev, Autokempink Křivonska.

Otevírací doba

Leden – únor	8:30 – 16:00
Březen	8:30 – 17:00
Duben - květen	8:30 – 18:00
Červen - srpen	8:30 – 19:00
Září	8:30 – 18:00
Říjen	8:30 – 17:00
Listopad - prosinec	8:30 – 16:00

Vstupné

Typ vstupenky	Cena
Dospělý	110,-
Dítě do 90 cm	zdarma
Dítě do 90 cm – 15 let	70 Kč
Důchodce	80 Kč
Student do 26 let (průkaz)	80 Kč
TP/ZTP	80 Kč
ZTP/P	zdarma
2 dospělí+ 2 děti do 15-ti let	290 Kč
Skupinové dospělých nad 15 osob	100 Kč/osoba
Kolektiv ZŠ nad 10 dětí	60 Kč/osoba
Kolektiv MŠ nad 10 dětí	40 Kč/ osoba
Pedagogický doprovod nad 10 osob	1 osoba zdarma

Krokodýlí ZOO Protivín

Tato ZOO disponuje největší evropskou kolekcí krokodýlů, aligátorů, kajmanů a gaviálů. Součástí ZOO je zoologické muzeum. ZOO oficiálně vznikla v roce 2008. Budování probíhalo v etapách. Poslední etapa byla dokončena v roce 2012. Zařízení se samozřejmě zaměřuje na chov krokodýlů, ale mimo to je jejím účelem také rozmnožování a výstava krokodýlů. ZOO zejména využívá a tím i propaguje ekologické technologie, čímž se odlišuje od ostatních ZOO. Zahrada také klade důraz na ohrožené druhy krokodýlů (krokodylizoo.cz, 2014).

Základní informace o Krokodýlí ZOO v Protivíně:

- je jediná svého druhu ve střední Evropě
- má druhou největší druhovou kolekci krokodýlů na světě, chová 22 druhů krokodýlů z 23 popsaných na Zemi
- jako ochránářská ZOO pravidelně rozmnožuje kriticky ohrožené druhy krokodýlů
- chová vzácné druhy krokodýlů (<http://www.vyletdoprotivina.cz>, 2010)

Služby, které ZOO poskytuje:

- **ochrana přírody** – zoo se angažuje v ochraně přírody v České republice,
- **bílá smrt** – jedná se o nově chystanou expozici, smrtelně nebezpečných živočichů, které nemají v českých ani evropských zoo obdoby. Tyto živočichové mají společný znak a tím je bílé zbarvení,
- **občerstvení,**
- **expozice Zoologického muzea** - součástí zoo je i vzdělávací, studijní a vědecká činnost. Tyto činnosti probíhají v zoologickém muzeu. Muzeum vzniklo v roce 2009. Sběrka nyní obsahuje více než 1 200 exponátů. Návštěvníci si mohou prohlédnout lebky krokodýlů, želv, hadů, králové ryby, atd. Zoologické muzeum také láká návštěvníky na výstavu nosorožců, jedná se o nejrozsáhlejší sbírku koster nosorožců na světě,
- **akce pro školy,**

- vyfotografování u aligátorů,
- průvodce a výklad v ceně,

Vstupné:

Mateřská škola

dítě	60,- Kč
Doprovod na každých 10 dětí	zdarma

Základní škola

žák	90,- Kč
Doprovod na každých 10 dětí	zdarma

Střední škola

student	135,- Kč
Doprovod na každých 10 dětí	zdarma

Vstupné

Dospělí	200,- Kč
Děti 5 – 15 let	100,- Kč
Děti 0 – 5 let	zdarma
Studenti, důchodci	150,- Kč
Rodinné slevy	
2 + 2 (2 dospělí + 2 děti do 15 let)	500,- Kč
2 1 3 (2 dospělí + 3 děti do 15 let)	550,- Kč

Otevírací doba

Květen - září	
Pondělí - neděle	10:00 – 17:00 hod.
Říjen - duben	
Pondělí - neděle	10:00 – 16:00 hod.

Akce

Lipenská karta v prodeji v zoo, při předložení Lipno Card – sleva 10 % na vstupném

Turistické zajímavosti v okolí: pivovar Platan, Aquapark Hlukobá nad Vltanou, Tvrz Klokočín, Státní hrad Zvíkov, Městská elektrárna Písek

ZOO Dvorce

Zoologická zahrada Dvorce o rozloze 4ha je vcelku mladou zahradou se 70ti druhy zvířat. Počet a druhy zvířat se neustále zvyšují a to hlavně díky velkému zájmu návštěvníků. Zoo Dvorce jako jediná v České republice chová a vystavuje tygry indické v bílé bezpruhé formě a zlaté formě. V roce 2012 získala zoo licenci zoologické zahrady a tím se zařadila mezi uznávaná chovatelská zařízení. Návštěvnost v roce 2013 byla 54 409 osob (www.zoodvorec.cz, 2013).

Služby, které ZOO poskytuje:

- **hospůdka U krokodýla,**
- **bezbariérový přístup,**
- **program pro školy "Poznávej zvířata" -** v zimních měsících zoo navštěvuje se zvířaty základní a mateřské školy,
- **pravidelné komentované krmení -** u vybraných druhů zvířat: papoušci, medvěd hnědý, opice a lidoopí, tapír jihoamerický, šelmy,
- **turistické známky a vizitky ZOO Dvorec -** v prodeji turistická známka č. 1848 za 30,- Kč a turistická vizitka za 12,- Kč,
- **pamětní sběratelské mince –** možnost zakoupit v automatu za 30,- Kč. Mince jsou s potiskem šimpanze a mince tygra s kotětem,
- **dětské koutky,**
- **parkoviště u areálu zoo – ZDARMA,**
- **adopce,**
- **zážitkové programy:**

- večerní ZOO

- ošetřovatel v ZOO

Denní plán – co vás čeká, pokud se stanete na jeden den ošetřovatelem v zoo

7:30	Přivítání a seznámení se s chovanými zvířaty
8:00 – 9:30	Snídaně pro primáty, čištění výběhů
9:30 – 10:00	Úklid klecí papoušků, malých savců, želvy
11:00 – 12:00	Příprava krmení pro primáty
12:00 – 12:30	Pauza na oběd
12:30 – 12:00	Krmení primátů a malých savců
13:00 – 14:00	Příprava směsí pro velké savce a sudokopytníky
14:00 – 15:00	Prohlídka zoo s průvodcem

Zdroj: vlastní zpracování, zdroj informací www.zoodvorec.cz, 2013

Zakoupením toho poukazu přispějete na chod zoo. **Hodnota poukazu: 2 999,- Kč**

-po Zoo s průvodcem

Nabízené druhy prohlídek:

- č. 1 – procházka po zoo s výkladem – šelmy
- č. 2 - procházka po zoo s výkladem – primáti
- č. 3 - procházka po zoo s výkladem – plazi
- č. 4 - procházka po zoo s výkladem – všeobecné informace o chovaných zvířatech
- č. 5 - procházka po zoo s výkladem se připravuje

Prohlídky trvají 60 min., max. počet osob – 30. Cena za službu č. 1 – č.4: 1000,- Kč

Akce pro rok 2014:

- Den dětí, narozeniny v zoologické zahradě Dvorce, den Zvířat, den Stromů,
Vánoce v Zoologické zahradě Dvorce 2014

Výlety v okolí:

- Trocnov – malebná jihočeská vesnička, Borovany – klášter, koupání, sportovní využití, Borovanský mlýn – půda plná pohádek

Otevírací doba

Duben - srpen	9 – 18 hod.
Září - říjen	9 – 17 hod.
Listopad- březen	Pouze soboty a neděle od 11– 16 hod.

Zdroj: vlastní zpracování, zdroj informací www.zoodvorec.cz, 2013

Vstupné

Ceník vstupného	Letní sezóna	Zimní sezóna
Dospělí	120,- Kč	100,- Kč
Děti (3-14let)	60,- Kč	50,- Kč
Rodinné vstupné	300,- Kč	250,- Kč
Důchodci (65 let+)	100,- Kč	85,- Kč
ZTP	60,- Kč	40,- Kč
ZTP/P	Zdarma	40,- Kč doprovod zdarma

Zdroj: vlastní zpracování, zdroj informací www.zoodvorec.cz, 2013

Pro žáky mateřských a základních škol – skupinové vstupné 45,- Kč/žák a pedagogický dozor zdarma

Pro studenty středních škol – 60,- Kč/student a pedagogický dozor zdarma.

Po předložení:

1) Slevové kartičky – turistická karta pro dvě osoby na 10% slevu ze vstupného (Borovansko, Novohradsko, Trhvosvinensko)

2) Lipno Card - sleva 10% ze základního a dětského vstupného

Abychom si mohli udělat přehled o poskytovaných službách nejen v ZOO Tábor – Větrovy, vybrala jsem pro srovnání další tři zařízení, které nyní porovnám. V rámci komparace pozitivně hodnotím, že jediná ZOO Tábor-Větrovy má přímo v areálu restauraci a penzion. ZOO Dvorce a ZOO Tábor – Větrovy nemají takovou historii, neboť jsou obě relativně nedávno otevřené. Rovnat se mohou i počtem druhů zvířat,

které jsou v ZOO k vidění. ZOO Tábor – Větrovy poskytuje na rozdíl od ZOO Dvorce službu adopce zvířat. V ZOO Dvorce mě naopak zaujaly zážitkové programy (ošetřovatelem v ZOO, po ZOO s průvodcem a večerní ZOO), které jsou promyšlené a je to něco „navíc“, co může lidi přimět k návštěvě. Také zde můžeme nalézt dětské koutky, které v ZOO Tábor – Větrovy návštěvníci postrádají. Z toho důvodu zařadím dětské atrakce do mnou navrhovaných inovací. Další aspekt k porovnání je vstupné. To se pohybuje přibližně nebo téměř ve stejné výši, až na krokodýlí ZOO Protivín, kde je vstupné o něco vyšší.

ZOO Hluboká nad Vltavou má již svou tradici a i svým počtem druhů zvířat, převyšuje mnou zkoumané ZOO. Proto je těžké ji srovnávat s ostatními zařízeními. Určitě mě v tomto zařízení zaujaly interaktivní tabule pro děti, které jsou velmi vhodným zpestřením, a jsou podané zábavnou formou. Právě tyto tabule se stanou dalším návrhem na inovace pro ZOO Tábor - Větrovy. Své klady má i krokodýlí ZOO Protivín, která se angažuje v ochraně přírody a propaguje ekologické technologie, čímž se odlišuje od ostatních ZOO.

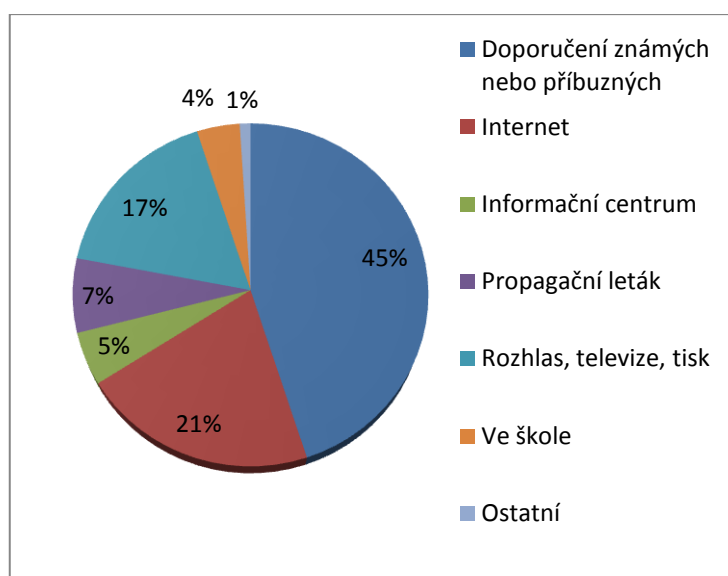
5 Výsledky a jejich diskuze

5. 1 Výzkum spokojenosti návštěvníků

V této podkapitole uvedu výsledky, které jsem získala pomocí dotazníkového šetření, které se týkalo spokojenosti návštěvníků v ZOO Tábor – Větrovy. Na základě vyhodnocení provedu syntézu údajů.

Otázka č. 1: Z jakých zdrojů jste se dozvěděl/a o ZOO Tábor - Větrovy?

Graf 1: Zdroj informací o ZOO

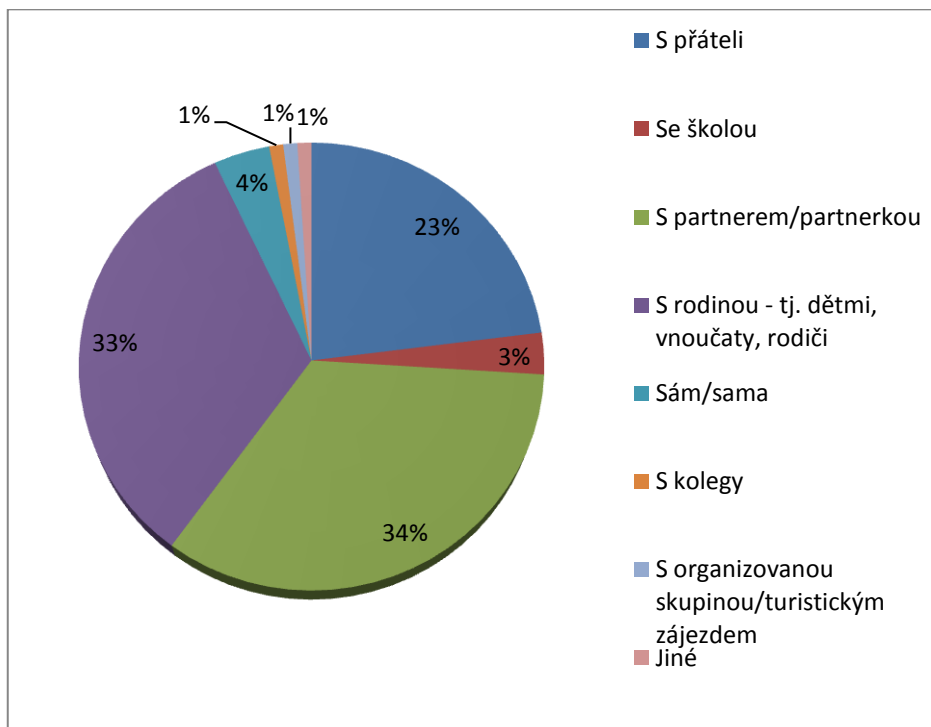


Zdroj: vlastní šetření

Nejvíce z dotazovaných (45 %) odpovědělo, že se o ZOO Tábor - Větrovy dozvěděli od známých nebo příbuzných. Internet, jakožto fenomén naší doby je podle dotazovaných (21 %) dalším zdrojem, ze kterého získali informace o zařízení. Jelikož jsou internet, rozhlas, televize a tisk v současnosti neodmyslitelnou součástí života, tak respondenti (17 %) je uvedli jako další významnější zdroj. Z tohoto šetření jako výsledek plyne, že by se zařízení mělo více zaměřit na nějakou reklamu nebo propagaci v médiích, jelikož dotazovaní nejčastěji odpověděli jako zdroj doporučení známých.

Otázka č. 2: S kým jste toto zařízení navštívil/a?

Graf 2: Partner při návštěvě

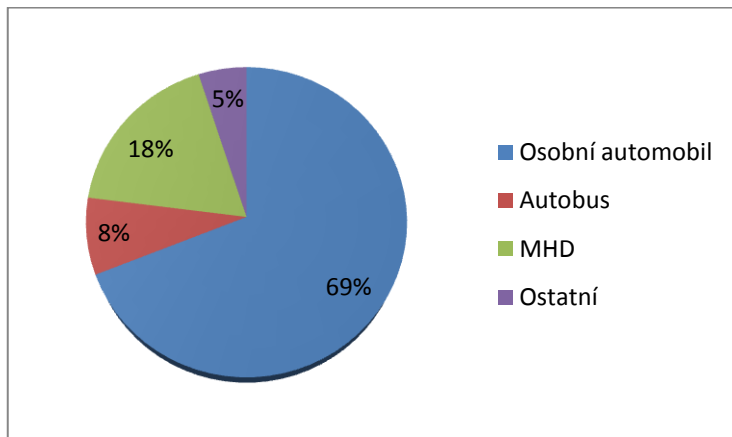


Zdroj: vlastní šetření

Dotazovaní respondenti zařízení nejvíce navštívili s partnerem/partnerkou (34 %), s rodinou (33 %) a s přáteli (23 %). Proto by se zoologická zahrada měla zaměřit na tento segment a přizpůsobit tak svoji nabídku těmto cílovým skupinám. Možná bych se i více zaměřila na školy a školky, které mohou návštěvu zařízení spojit i s návštěvou historického Tábora.

Otázka č. 3: Jaký dopravní prostředek jste využili/a pro návštěvu ZOO Tábor - Větrovy?

Graf 3: Využitý dopravní prostředek

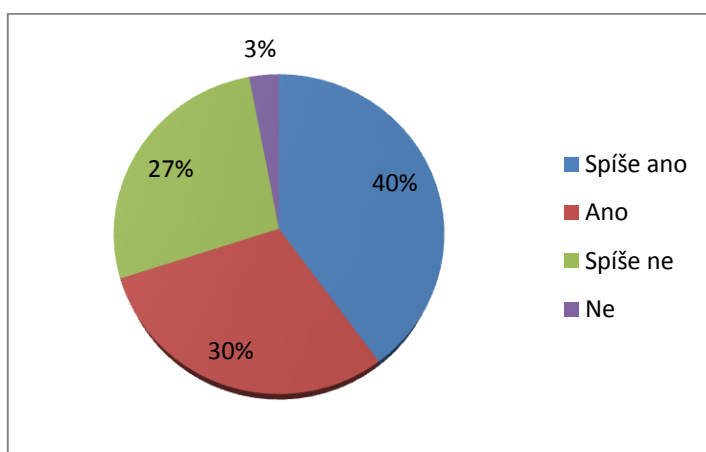


Zdroj: vlastní šetření

Z grafu je zcela zřejmé, že nejpoužívanějším dopravním prostředkem návštěvníků (69 %) zařízení je osobní automobil. Jako další dopravní prostředek můžeme z grafu vyčíst, že na druhém místě je MHD, které uvedlo (18 %) respondentů. Jako pozitivum pro ZOO hodnotím právě MHD, kterou mohou lidé využít jako dopravní prostředek, když nemají k dispozici např. osobní automobil.

Otázka č. 4: Myslíte si, že je dopravní značení k ZOO Tábor - Větrovy dostatečné?

Graf 4: Kvalita značení k ZOO

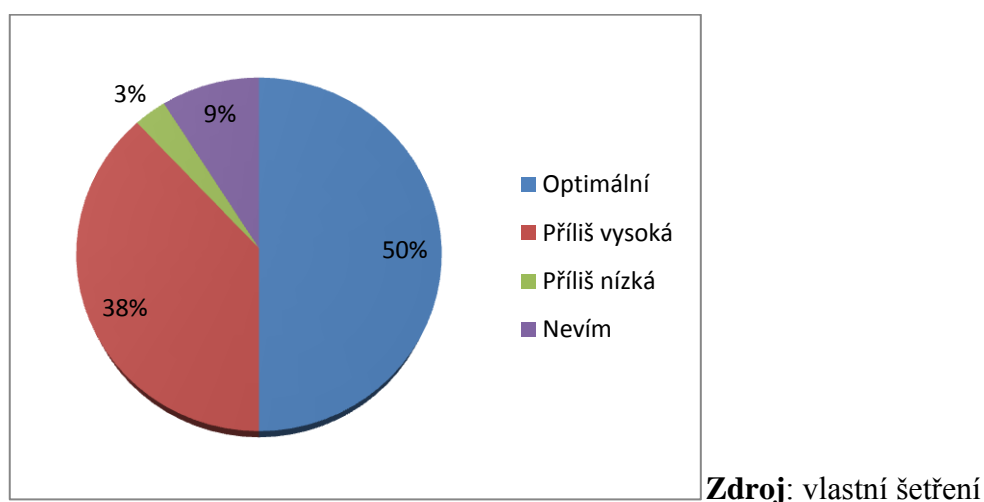


Zdroj: vlastní šetření

Z grafu můžeme vyčíst, že názory návštěvníků na dopravní značení se zde rozcházejí, nejsou tedy zcela jednoznačné. Avšak 40 % dotazovaných uvedlo, že značení je spíše dostatečné, 30 % odpovědí poukazuje na dostatečné a 27 % bylo uvedeno jako spíše nedostatečné. Za zcela nedostatečné dopravní značení uvedlo tuto odpověď jen zanedbatelné procento.

Otázka č. 5: Jak hodnotíte výši vstupného do ZOO Tábor - Větrovy?

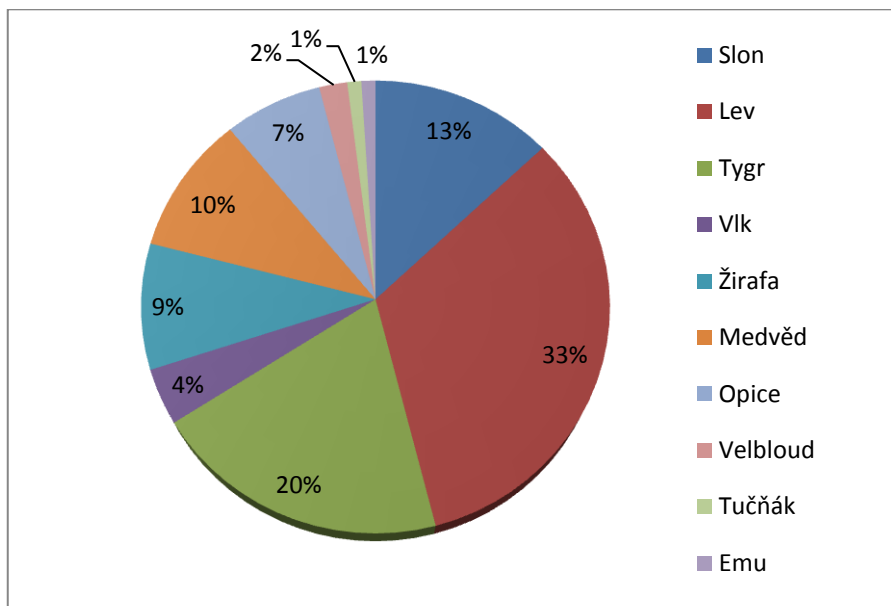
Graf 5: Adekvátnost ceny



Na otázku jak hodnotíte výši vstupného do ZOO Tábor - Větrovy, přesně polovina respondentů odpověděla, že cena je optimální. Avšak jako druhá nejčastější odpověď (38 %) bylo uvedeno, že výše vstupného je příliš vysoká. Naopak jako příliš nízkou cenu vstupného uvedli jen 3 % z dotazovaných.

Otázka č. 6: Jaké zvíře si představíte, když se řekne ZOO?

Graf 6: Nejvíce asociované zvíře se ZOO

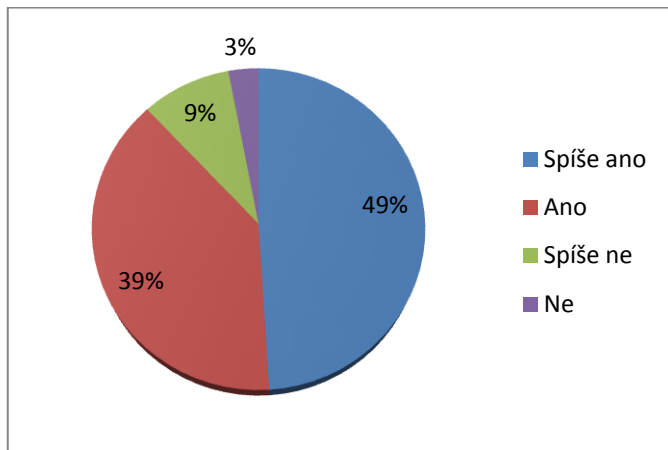


Zdroj: vlastní šetření

U této otázky měli respondenti uvést zvíře, které je první napadne, když se řekne ZOO. Nejčastější odpovědí byl možná podle očekávání lev a následně tygr, ale v dotazníku se objevovali další zvířata, jako je slon a žirafa. Tyto zvířata zmiňují, jelikož v otázce č. 8, které zvíře Vám v ZOO Tábor - Větrovy chybí, byli právě slon a žirafa na prvních příčkách podle odpovědí, které uvedli návštěvníci. Na tento fakt bych se možná do budoucna jakožto ZOO zaměřila.

Otázka č. 7: Jste spokojeni s druhy zvířat, které jste v ZOO Větrovy mohl/a vidět?

Graf 7: Spokojenost s druhy zvířat

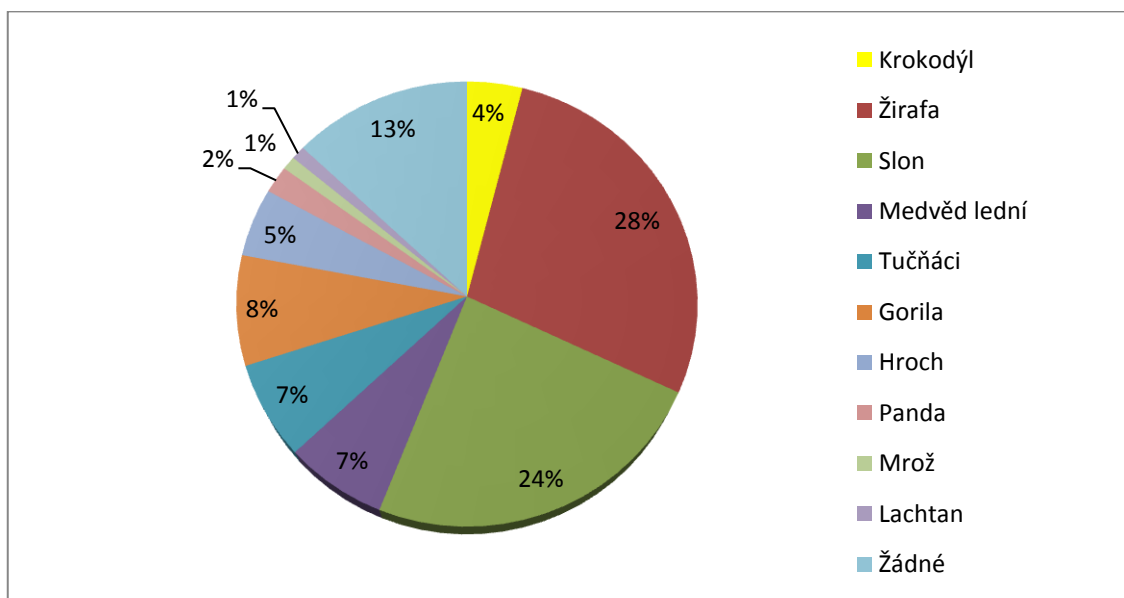


Zdroj: vlastní šetření

Tento graf poukazuje na spokojenost s druhy zvířat, které návštěvníci v ZOO mohli vidět. Z odpovědí je patrné, že lidé jsou spíše spokojeni a zcela spokojeni. Tyto odpovědi tvoří většinu procent a převažují nad nespokojeností respondentů.

Otázka č. 8: Které zvíře Vám v ZOO Tábor - Větrovy chybí?

Graf 8: Absence zvířete v ZOO

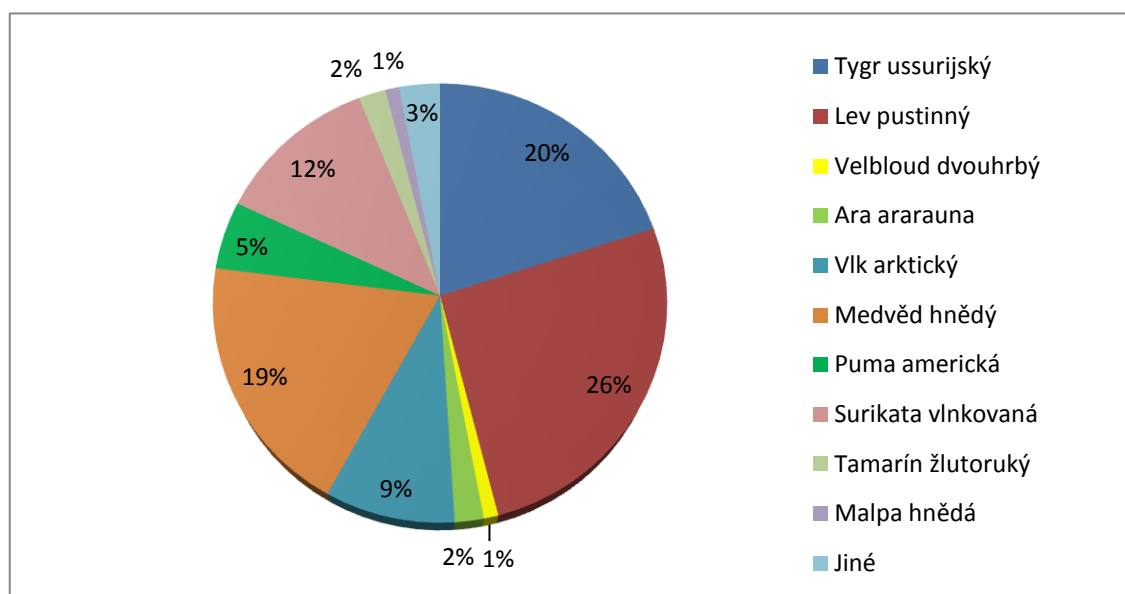


Zdroj: vlastní šetření

Ačkoliv 13 % dotazovaných jsou spokojeni a žádné zvíře jim nechybí, zbytek návštěvníků odpovídal již konkrétní zvířata, a to už výše zmiňovaného slona a žirafu, které dohromady tvoří více jak polovinu. Dalšími uvedenými zvířaty jsou gorily, tučňáci, medvěd lední, hroch a krokodýl.

Otázka č. 9: Které zvíře se Vám v ZOO Tábor - Větrovy líbilo nejvíce?

Graf 9: Oblíbené zvíře

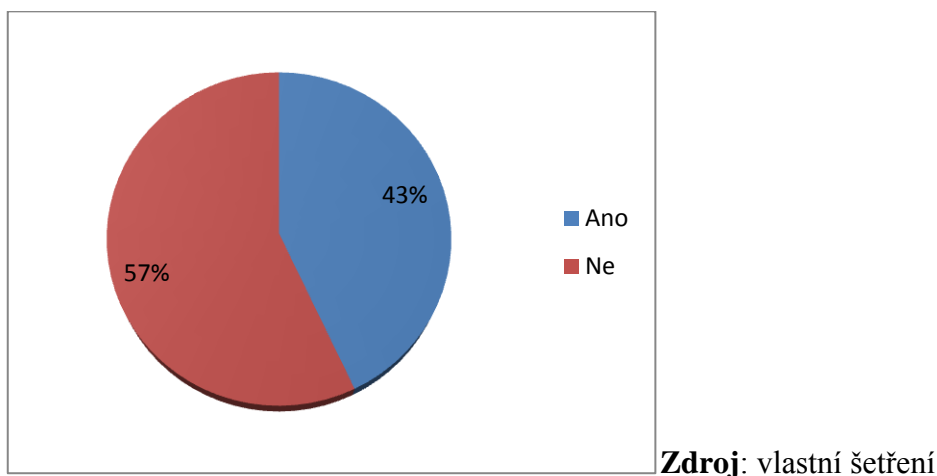


Zdroj: vlastní šetření

V tomto grafu můžeme vidět propojenost s otázkou a grafem č. 6, jelikož odpovědi na otázku, jaké zvíře Vás první napadne, když se řekne ZOO, byly právě lev a tygr. Zde můžeme vidět, že odpovědi lev (26 %) a tygr (20 %) tvoří opět převážnou část grafu. Velkým plusem je propojenost představy se skutečností, jelikož to, co respondenty první napadlo, mohli návštěvníci vidět i v ZOO Tábor - Větrovy a jako bonus se jim právě z výběru či nabídky zvířat líbilo nejvíce lev a tygr. Jako další stojí za povšimnutí v tomto grafu 19 % u medvěda hnědého a 9 % odpovědí u vlka arktického, spolu tvoří další část grafu. Tyto procenta přikládám tomu, že tyto zvířata tvoří zajímavý prvek celé ZOO, jelikož se jak medvěd, tak i vlk nachází spolu v jednom velkém výběhu, což je pro návštěvníky atraktivní.

Otázka č. 10: Navštívil/a jste v areálu ZOO Tábor - Větrovy restauraci?

Graf 10: Návštěvnost restaurace



Jak je možné vidět z grafu, tak 43 % dotazovaných navštívilo v areálu ZOO restauraci a naopak 57 % nenavštívilo. Tento výsledek není zcela určitý, nemůžeme úplně porovnat, zda více lidí navštíví restauraci či nikoliv. K tomu by bylo zapotřebí nejspíše hlubšího šetření. Právě tohoto tématu se částečně dotknu u níže položené otázky.

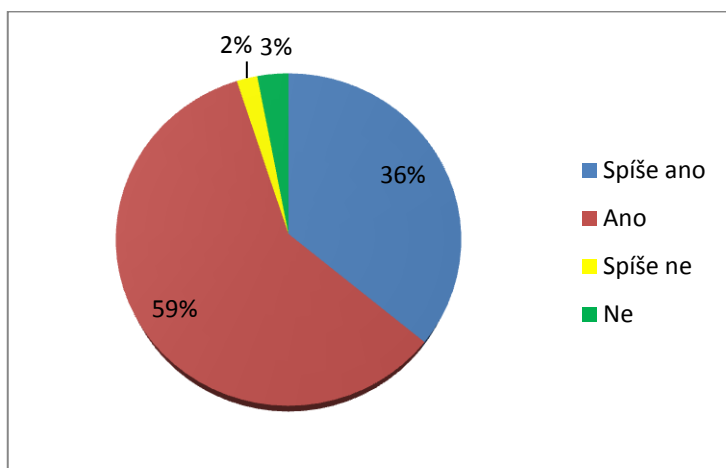
Otázka č. 11: Co Vás v ZOO Větrovy překvapilo nebo jste nečekal/a?

U otázky, co Vás v ZOO Tábor - Větrovy překvapilo nebo jste nečekal/a, bylo mnoho zajímavých a odlišných odpovědí, avšak některé z nich se několikrát shodovaly. Velikost ZOO a rozlehlost areálu byly nejčastější odpovědi na tuto otázku. Z toho vyvozují, že nikdo nečekal tak velký areál a to možná proto, že tato ZOO patří mezi novější, neleží přímo u centra, a proto není široké veřejnosti tolik známa. Možná také chybí větší propagace. Určitě pro návštěvníky bylo zajímavé blízkost, či kontakt člověka a zvířete. Právě v této ZOO můžete být zvířatům blíže. Také výběhy se dají obcházet, a proto je zvířata snazší vidět, na rozdíl od jiných zoologických zahrad. Dalšími častými odpověďmi jsou, že návštěvníci byli překvapeni množstvím a druhy zvířat, které v ZOO byli k vidění. Také dostatečně velké výběhy pro tuto zvěř byly často zmiňovány. Jak jsem zmiňovala u otázky výše, návštěvníky mimo jiné zaujal velký výběh medvědů a vlků a jejich soužití ve výběhu. Kladné ohlasy byly i na příjemný,

vstřícný a ochotný personál, který také prováděl komentované prohlídky přímo ve výběžích, a následně probíhalo krmení zvířete. Nejspíše fotografičtí nadšenci pak pozitivně hodnotili okénka, pomocí nichž mohli dělat své snímky, aniž by jim vadilo ohrazení či plot.

Otázka č. 12: Doporučil/a byste návštěvu ZOO Tábor - Větrovy svým přátelům?

Graf 12: Doporučení přátelům



Zdroj: vlastní šetření

I z toho grafu je zcela jasné, že převažují kladné stránky, neboť 59 % návštěvníků by ZOO doporučilo a spíše doporučilo 36 %. Další procenta jsou pak vcelku zanedbatelná.

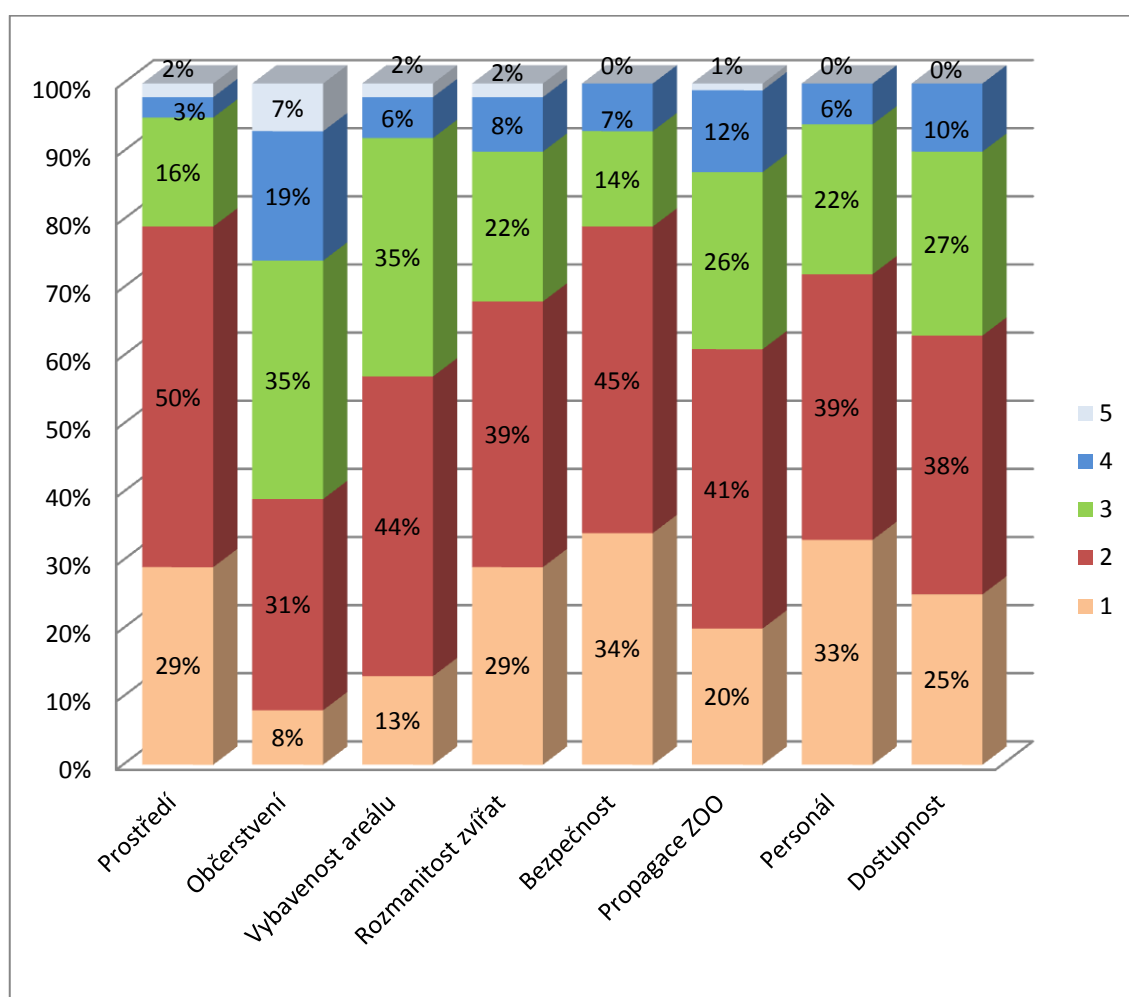
Otázka č. 13: Co byste zlepšil/a, změnil/a nebo se Vám nelíbilo v zařízení ZOO Tábor - Větrovy?

Vždy je co zlepšovat, tak zněla jedna z odpovědí na tuto otázku. Jako zásadní nedostatek návštěvníci spatřují ve špatné kvalitě chodníků nebo spíše cestiček, po kterých se pohybují během prohlídky zoologické zahrady. Jsou neupravené a zejména to je problém v nepříznivém počasí. Určitě bych se zaměřila na odstranění tohoto nedostatku. Dále nebyli dotazovaní respondenti příliš spokojeni s restaurací, ať už uvedli jako důvod jídlo, obsluhu nebo cenu. Návštěvníci také postrádali možnost se občerstvit jinde než v restauraci, přístřešek k posezení, lavičky, altánky a pro děti určitě chybí nějaký dětský koutek, hřiště nebo prolézačky. Dotazované také překvapila výše

ceny za parkování, a dále výše vstupu do zařízení, jelikož možnost vyžití v areálu neodpovídá výši vstupného. Ke zlepšení by dále mohlo dojít v lepší propagaci, využití volného prostoru, značení v ZOO pomocí informačních tabulí nebo ukazatelů a rozšíření výběhů o nová zvířata.

Otázka č. 14: Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými aspekty ZOO Tábor - Větrovy (1=výborně, 5=nedostatečně).

Graf 14: Spokojenost se službami

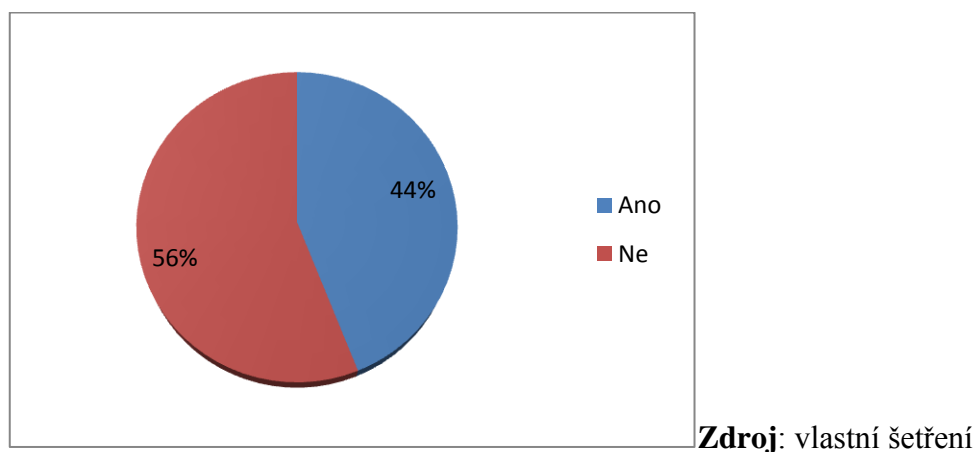


Zdroj: vlastní šetření

Zde odpovídali respondenti na spokojenost s prostředím, občerstvením, vybaveností areálu, rozmanitostí zvířat, bezpečností, propagací ZOO, personálem a dostupností do zařízení. Bezpečnost byla hodnocena nejlépe, 34% dotazovaných ohodnotilo známkou 1 (výborně), 45 % pak známkou 2. Téměř nastejno dopadlo i prostředí zoologické zahrady, kdy 29 % respondentů dalo známku 1 a 50 % pak známku 2. Nejhůře z ohodnocených aspektů dopadlo občerstvení, kdy jen 8 % návštěvníků ohodnotilo známkou 1 a 31% známkou 2. Známkou 4 a 5 bylo hodnoceno nejčastěji ze všech možností. Zde si můžeme povšimnout provázanosti, kdy v předchozí otázce, co by se dalo změnit a vylepšit, byly časté odpovědi občerstvení, které zcela chybí.

Otázka č. 15: Spojil/a jste návštěvu ZOO Tábor -Větrovy s návštěvou Tábora?

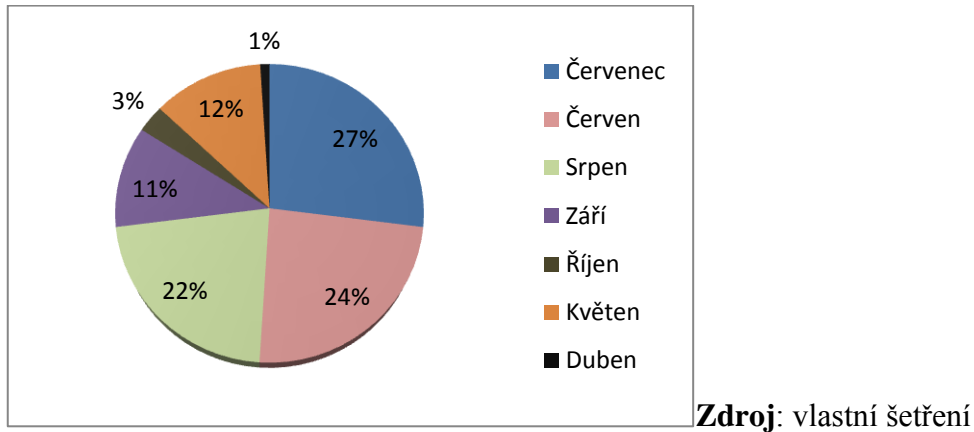
Graf 15: Spojení ZOO s návštěvou Tábora



Ani z tohoto grafu nevyplývá zcela jasná odpověď, a tedy nemůžeme přesně říci, zda více lidí navštíví jen samotnou zoologickou zahradu nebo i město Tábor. K tomu by bylo zapotřebí nejspíše hlubšího šetření.

Otázka č. 16: V jakém měsíci jste ZOO Tábor - Větrovy navštívil/a?

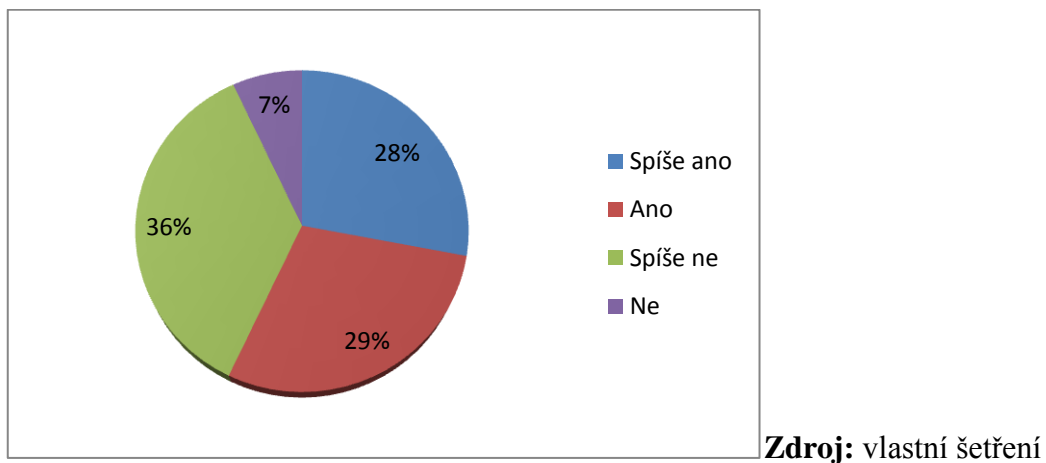
Graf 16: Měsíc návštěvy zařízení



Nejvíce respondentů navštívilo ZOO Tábor - Větrovy v měsících červenec, červen a srpen, tedy v hlavní letní sezóně.

Otázka č. 17: Plánujete se do tohoto zařízení vrátit?

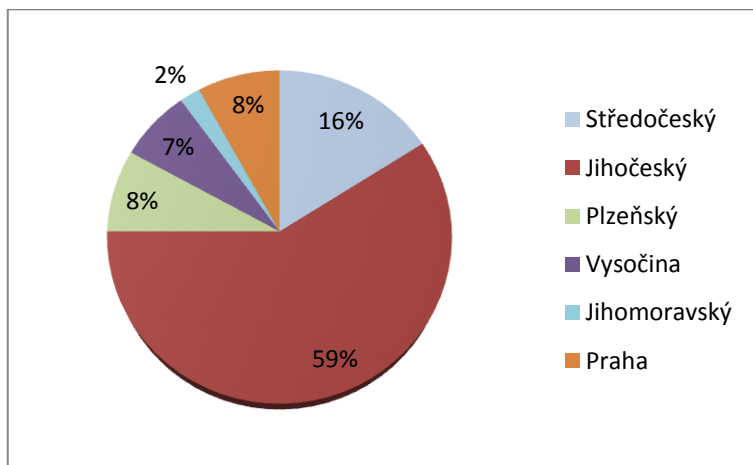
Graf 17: Plán potenciálního návratu



Větší část návštěvníků by již znova ZOO spíše nenavštívili, avšak 29 % dotazovaných by se vrátili do zařízení a 28 % spíše vrátili. Proto je zapotřebí další vylepšení a inovace, aby návštěvníci, kteří se do zoologické zahrady znova vrátí, byli mile překvapeni i něčím novým

Otázka č. 18: Z jakého kraje pocházíte?

Graf 18: Kraj původu respondentů

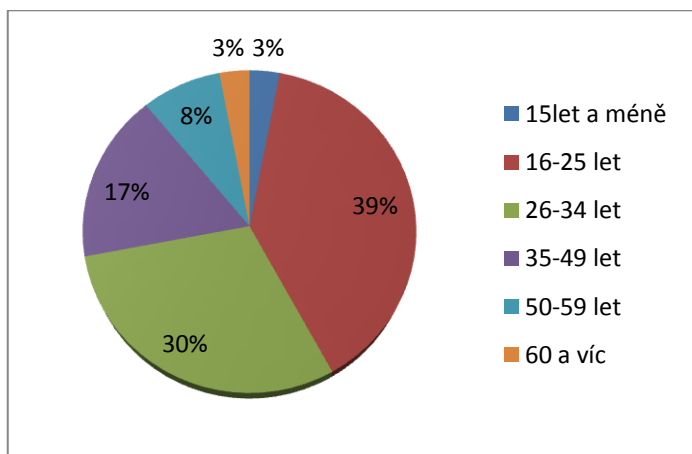


Zdroj: vlastní šetření

Nejvíce návštěvníků (59 %) je z Jihočeského kraje, ve kterém se samotná ZOO Tábor - Větrovy nachází. Tento výsledek přikládám tomu, že ZOO není příliš dlouho otevřena oproti ostatním, není tedy tolik známa i v jiných krajích. Návštěvníky z jiných krajů by měli o zoologické zahradě informovat např. v informačním centru, aby měla více návštěvníků i z jiných koutů České republiky.

Otázka č. 19: Kolik Vám je let?

Graf 19: Věk respondentů



Zdroj: vlastní šetření

Zařízení navštívilo nejvíce lidí ve věku 16-25 let (39 %) a obyvatelé ve věkové vrstvě 26-34 let, celkově tedy spíše mladší generace. To odpovídá otázce č. 1, kdy

nejčastější odpovědi na otázku s kým toto zařízení navštívili, byly s partnerem/partnerkou a s rodinou. Nejmenší podíl tvořili lidé s věkem 60 a více let.

5. 2 Rozhovor

Řízený rozhovor s Lenkou Hrubou, animátorkou doprovodných programů a tiskovou mluvčí

1) Vedete si statistiky o návštěvnosti v jednotlivých letech? Zaznamenáváte spíše pokles či nárůst?

Statistiky ohledně návštěvnosti jsou každý rok pečlivě vedeny a poté jsou výsledky porovnávány. ZOO je v provozu od roku 2011 a největší návštěvnost byla právě v roce 2011. Nejvyšší návštěvnost v tomto roce je přikládána faktu, že ZOO byla nově otevřena a lidé byli zvědaví, jak to bude vypadat. V roce 2014 je návštěvnost nejmenší. Na vině je nespíše špatné jméno zařízení a špatná reklama.

2) Setkáváte se zahraničními návštěvníky častěji nebo spíše výjimečně?

V naší ZOO se setkáváme se zahraničními návštěvníky čím dál častěji. Jezdí k nám hodně Němců, Rakušanů, Nizozemců, Angličanů, ale setkala jsem se i s Francouzi, Rusy, Poláky, Japonci, Číňany apod.

3) Uvažujete o rozšíření nabídky druhů zvířat? (Případně jakých)?

Ano, do budoucna uvažujeme o rozšíření nabídky zvířat, ale vše se odvíjí od finančních prostředků. Chtěli bychom rozšířit skupiny šelem, spíše menší kočkovité šelmy a uvažujeme o nějakých druzích plazů.

4) Uvažovali jste někdy o zvířatech, jako jsou žirafa nebo slon?

O žirafách a slonech jsme uvažovali hned na začátku, ale poté co jsme zjistili, co vše je potřeba pro jejich chov od této myšlenky jsme upustili. Chov žiraf a slonů je finančně velice náročný a nemůžeme si to dovolit.

5) *Z dotazníkového šetření se u veřejnosti nejvíce těšil oblíbenosti tygr ussurijský, vnímáte tento fakt z ohlasů také tak?*

Ano. Víím, že tygr ussurijský je velice oblíbený, v letošním roce jsme rozdělili naše dva bratry Rockyho a Falca. Falco šel do jiné ZOO a Rocky dostal partnerku Ninu. Když vše dobře půjde, můžeme se v budoucnu dočkat i přírůstků u této vzácné šelmy.

6) *Z mého dotazníkového šetření vyplynulo, že nejvíce návštěvníků jsou rodiny s dětmi a partneři. Plánujete rozšíření nabídky pro tento segment lidí?*

Ano, z návštěvníků jsou nejvíce zastoupeny rodiny s dětmi a určitě se budeme snažit rozšířit nabídku pro tento segment lidí, zatím ale nemáme konkrétní představu.

7) *V mé bakalářské práci jsem vypracovala inovace v hodnotě cca 220 000,- Kč. Byli byste schopni poskytnout tuto částku?*

Dle mého názoru, pokud se dostaneme z tíživé finanční situace a vše půjde podle našich představ, tuto částku na inovace bychom v budoucnu poskytnout mohli.

8) *Zaujala Vás některá z mých inovací? (Jaká a proč)?*

Inovace ohledně cest je samozřejmě na prvním místě, vzhledem k tomu, že vedeme soudní spor s dodavatelskou firmou, musíme nechat zatím cesty, tak jak jsou. Nejvíce mě zaujali asi rozcestníky to je určitě dobrý nápad, stejně jako rozšíření hracích prvků pro děti. Rozšíření občerstvení je také dobrý nápad, ale z finančních důvodů si v současné nemůžeme dovolit všechny stánky obstarávat, nabídli jsme stánky s občerstvením k pronájmu, ale nebyl o ně zájem.

9) *Byli byste některou z těchto inovací ochotni realizovat?*

Všechny inovace mají svůj přínos a je to jistě dobrý nápad, osobně bych nejraději realizovala všechny, vše se ale odvíjí od finančních možností a v současné době využíváme peníze do posledního halíře na krmivo pro zvířata, platy zaměstnanců, umořování dluhů atp. na inovace moc peněz bohužel nezbývá.

10) Součástí ZOO je také restaurace a penzion. Jak byste hodnotili zájem lidí o poskytované služby jako jsou: pořádání svatebních hostin, rautů, oslav, firemních akcí apod.?

V letech 2011, 2012 a 2013 se v naší restauraci konalo mnoho soukromých akcí - rauty, svatby, smuteční hostiny, oslavy narozenin atp. o tyto služby byl vždy velký zájem a lidé, kteří si soukromou akci objednali, byli vždy nadšení. V současném roce je restaurace uzavřena, protože se nám nepodařilo najít vhodného nájemce, který by restauraci vedl. Do penzionu nám stále jezdí hosté a péči o ně zabezpečujeme sami.

11) V rámci finančních problémů ZOO, jak vypadá nejbližší budoucnost ZOO? Plánujete nějaké zásadní změny v chodu ZOO?

V současně situaci je pro nás prioritní udržet ZOO v chodu a zabezpečit výbornou péči o chovaná zvířata. Z tohoto důvodu nyní žádné zásadní změny neplánujeme.

5. 3 Syntéza údajů

Z dotazníkového šetření vyplývá, že návštěvníky jsou převážně rodiny s dětmi a páry. Respondenty překvapila především rozlehlost areálu a také množství druhů zvířat, které nečekali. Ačkoliv respondenti byli spokojeni s množstvím druhů zvířat určitě by ale uvítali, jak plyne z dotazníkového šetření, zvířata jako jsou slon a žirafa. Bohužel z rozhovoru vyplývá, že tyto zvířata si zařízení nemůže dovolit. Na to jak je ZOO Tábor – Větrovy rozlehlá, není dostatečně využit volný prostor, chybí např. občerstvení, lavičky dětský koutek a další vyžití pro rodiny s dětmi. Dále návštěvníci nebyli spokojeni s úrovní chodníků nebo cestiček kolem výběhů, což by se mělo do budoucna zlepšit, jelikož tato inovace zaujala ZOO nejvíce. Co se týče služeb, nejlépe bylo hodnoceno prostředí, kde se zařízení nachází, a poté bezpečnost. Naopak negativní ohlasy byly na občerstvení. Přímou v areálu se nachází restaurace, což zákazníci hodnotí pozitivně, ale zároveň uvedli řadu nedostatků. V době, kdy probíhalo dotazování, restaurace byla otevřena, nyní jak vyplývá z rozhovoru, je bohužel uzavřena. Zjištěná

negativa ohledně stravovacích služeb mohou také být zapříčiněna tím, že v areálu se nenachází žádný stánek s rychlým občerstvením.

5. 4 Návrhy a inovace

Na základě výsledků z dotazníkového šetření bylo zjištěno několik nedostatků, které by návštěvníci buď vylepšili, nebo chybějící služby doplnili. Nejvíce respondentů upozorňovalo na nedostatečnou kvalitu cest po areálu, na nedostatek atrakcí pro děti a na absenci odpočinkových míst. Právě na tyto dva prvky se budu zaměřovat nejvíce, a poté doplním další inovace, které by mohly být pro ZOO zajímavým zpestřením. Tyto návrhy by mohly zlepšit atraktivitu místa a tím přispět k tomu, že návštěvníci si budou z návštěvy zařízení odnášet pozitivní zážitky. Po předběžné kalkulaci vyšel rozpočet za inovace na cca 220.000 Kč. Tuto sumu se budu snažit rozložit do jednotlivých inovací tak, aby bylo zřízeno co nejvíce nových atraktivit.

5. 4. 1 Revitalizace cest v areálu ZOO

V současné době jsou cesty okolo výběhů neupravené a po dešti jsou tyto úseky bahnité a špatně přístupné veřejnosti. Tuto inovaci navrhuji na základě vlastního pozorování a na základě negativních odpovědí z dotazníkového šetření. Mnou navrhované provedení je následující: kraje cest ohraničit obrubníky, mezi ně vytvořit šterkové lože, tloušťky 5 cm. Toto řešení má své klady a to, že rekonstrukce není tak nákladná jako v případě asfaltových chodníků, lépe zapadne do prostředí zoologické zahrady a je to více ekologicky šetrné k životnímu prostředí. Bylo by to určeno pro všechny návštěvníky zařízení. Z důvodů velké rozlehlosti areálu, by cena rekonstrukcí všech cest byla značně finančně nákladná, proto jsem vyčlenila 70 000,- Kč na revitalizaci cest v nejkritičtějších místech. Tyto místa se nacházejí zejména v lesní části ZOO, v údolích apod. Právě v těchto místech se značně drží voda. Můj návrh rekonstrukce je:

Kalkulace:

- Obrubník - cena za 1 ks 37,- Kč.
- Štěrka – 513,- Kč/m³

Při šířce cesty 1,5m by délka cesty 1 metr stála:

- Cena za obrubníky (4ks) 150,- Kč
- Cena za štěrka 39,- Kč
- **Cena celkem:** 189,- Kč/m

Při rozpočtu **70 000,-** by bylo možné za tuto cenu zrekonstruovat **370 m cesty** (cena pouze za materiál).

5. 4. 2 Atrakce pro děti

Návštěvníci ZOO jsou převážně rodiny s dětmi a bohužel zařízení v současné době nedisponuje dostatkem atrakcí pro děti. Z tohoto důvodu navrhuji inovaci vybudování dětského hřiště, též na základě vlastního pozorování a na základě odpovědí z dotazníků. Součástí hřiště by byla rozhledna s žebříkem, pískoviště, a houpadlo na pružině, které by ZOO zakoupila. Kromě zvířat tyto atrakce umocní zážitek dětí ze zoologické zahrady.

Dětské hřiště

- Rozhledna s žebříkem, chodníkem a skluzavkou, výška podesty 1, 4 m, viz příloha, obrázek č. 8

Cena včetně dopravy, montáže a DPH 21%: **34 988,- Kč**

- Pískoviště z plných kúlů, rozměry 2 m x 2 m výška 0,25 m, viz příloha, obrázek č. 6

Cena včetně dopravy, montáže a DPH 21%: **11 700,- Kč**

- Houpadlo na pružině – beruška, viz příloha, obrázek č. 7

Cena včetně dopravy, montáže a DPH 21%: **13 975,- Kč**

Celková cena: 60 663,- Kč

Interaktivní tabule

V současné době zařízení postrádá různé zpestřující doplňky především pro děti. Tento nedostatek by mohl být doplněn formou tabulí, které mne zaujaly v ZOO

Hluboká nad Vltavou, kde jsou rozmístěny interaktivní tabule pro děti. Tyto tabule obsahují: popisky a informace o zvířatech, jejich vlastnostech a životě, rostlinách atd. Celý koncept je tvořen zábavnou formou, takže by byl určen především pro děti. Tabule by obsahovaly např. otázky a odpovědi formou hádanek, poznávaček atd.. viz příloha, obrázek č. 11

Kalkulace:

- Dřevěná konstrukce (dřevěná deska + kůly): 525,- Kč/m²
- Plastová deska: 375,- Kč/m²
- Samolepící fólie polymerická: 750,- Kč/m² (Digitálně potištěna libovolným motivem)
- Grafický návrh na potisk: 5000,- Kč

Cena za 1 tabuli: 1650,- Kč

Požadovaný počet kusů: 10 ks

Celková cena: 16 500,- Kč + 5000,- Kč = 21 500,- Kč

Cena celkem za dětské hřiště a interaktivní tabule: 60 663 + 21 500 = 82 163,- Kč

5. 4. 3 Odpočinková místa

V celém areálu mě zaujal nedostatek míst k odpočinku, která určitě návštěvníci ocení. Absence odpočinkových míst může být překážkou především pro starší návštěvníky, jelikož ZOO dominuje svou rozlehlostí.

- **Zahradní lavička Classic**, viz příloha, obrázek č. 4

Rozměry 113 x 52 x 74 cm

Výška 7.5 cm

Šířka 53 cm

Cena: 917,- Kč

Cena za 10 ks: 9170,-

- **Zahradní altán Maja** (cena zahradního altánu zahrnuje: dřevěný altán konstrukce, podlahy, střešní krytinu, montážní materiál, sedací soupravu pro 5 lidí), viz příloha, obrázek č. 5.

Rozměry:

Podlaha: 288 cm x 319 cm

Střecha: 361 cm x 388 cm

Výška: 273 cm

Cena celkem: 51 900,- Kč

Cena celkem za zahradní lavice a zahradní altán 9170 + 51 900 = 62 070,- Kč.

5.4.4 Značení po ZOO

Další skutečnost, která vyplynula z dotazníků je, že po ZOO zcela chybí značení, kde lze najít jednotlivé druhy zvířat. Jediné podle čeho se návštěvník může orientovat je mapa areálu. Tato inovace by neměla být nijak finančně náročná, jelikož by se jednalo pouze o dřevěné rozcestníky s popisky. Rozcestník by byl na každé křižovatce v areálu, takže by mělo být zřízeno cca 14 rozcestníků. Značení by ocenili nejspíše všichni návštěvníci ZOO, jelikož se tím zpřehlední pohyb po areálu.

Kalkulace:

- Dřevěný sloupek kulatý uchycený v zemi, lakovaný: 170,- Kč
- Deska 60x 40 cm: 150,- Kč
- Popis: 20,- Kč

Cena : 340,- Kč/ks

Cena celkem (14 ks): 4760,- Kč

Inovace celkem vyšli na 218 993,- Kč. Z celkového rozpočtu 220 000,- Kč zbývá cca 1000,- Kč. Za tuto sumu již nelze provést zásadní inovace. V případě dalších volných finančních prostředků, by bylo možné zrealizovat další inovace, kterým se budu věnovat následovně.

Možné inovace do budoucna:

Základní inovace jsem již uvedla, avšak zde chci uvést další návrhy, nápady, které by bylo možné realizovat v delším časovém horizontu, jelikož by se nevešly do finančního rozpočtu a také by se nevešly svým rozsahem do mé bakalářské práce. Proto by se tyto návrhy mohly stát námětem pro diplomovou práci.

Rozšíření nabídky zvířat

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že návštěvníci byli překvapeni množstvím zvířat, které mohli vidět. U otázky Které zvíře by uvítali v ZOO, většina respondentů odpovídalo, že žirafu a slona. Pořízení těchto zvířat včetně výběhu a zařízení je však nákladné. Proto je to spíše jen doporučení do budoucna v případě získání větších finančních prostředků.

Kulturní akce

Zřízení kulturních akcí v areálu ZOO by byla jistě další atraktivita, která by přilákala další návštěvníky. Jako jeden z návrhů bych uvedla například hrané pohádky pro děti, zejména o víkendech. Tato inovace by ovšem vyžadovala zařízení areálu o menší pódium a další místa k sezení, což s sebou nese další významnější výdaje. Toto pódium by poté mohlo přinést další využití jako například zázemí pro odborné přednášky, promítání naučných filmů, benefiční koncerty pro ZOO apod.

Rozšíření občerstvení

Ačkoliv se v areálu ZOO nachází restaurace, mnoho respondentů dotazníkového průzkumu uvedlo, že bylo s občerstvením spíše nespokojeno. To může být způsobeno vyšší cenou jídla a pití, nekvalitní obsluhou atd. Tento problém by mohl vyřešit stánek s rychlým občerstvením, točenou zmrzlinou apod. Výhodou této inovace je, že je zcela neinvestiční, protože by bylo možné zadat poptávku na zřízení stánku třetí osobě.

6 Závěr

Cílem práce byla specifikace nabídky produktu služeb v oblasti Tábořsko, analýza produktu zařízení ZOO Tábor – Větrovy a komparace s konkurenčními zařízeními. Na základě výsledků z analýz byly navrženy inovace produktu pro mnou zkoumané zařízení. Na začátku práce byl sepsán literární přehled řešené problematiky, abych získala základní informace a přehled o zkoumaném oboru. Následně jsem vymezila oblast Tábořsko a město Tábor s jeho příměstskou částí Větrovy, kde se zařízení nachází. Oblast je orientovaná spíše na kulturně historické památky a právě ZOO Tábor – Větrovy je vhodným zařízením jak doplnit současnou nabídku služeb v oblasti. Toto zařízení je spíše zaměřené na rodiny s dětmi, a právě pro tuto cílovou skupinu je v oblasti Tábořsko nedostatek vyžití. Vymezení probíhalo především pomocí internetových stránek, tedy ze sekundárních dat. Dále jsem provedla analýzu třech konkurenčních zařízení, které se nachází v Jihočeském kraji, a výsledky jsem porovnávala s analýzou zařízení ZOO Tábor – Větrovy. Poté jsem na základě sestaveného dotazníku provedla terénní šetření. Výsledky z těchto dotazníků a vlastní pozorování mi přispěly ke snazšímu stanovení návrhů pro inovace. Dotazník obsahoval také otázky, co se návštěvníkům líbilo a naopak co by změnili nebo co se jim nelíbilo v zařízení. U otázky, co Vás v ZOO Tábor - Větrovy překvapilo nebo jste nečekal/a, bylo mnoho zajímavých a odlišných odpovědí, avšak některé z nich se několikrát shodovaly. Respondenti hodnotili kladně zejména rozlehlost areálu, velké množství druhů zvířat, velké výběhy a možnost dostat se do bližšího kontaktu se zvířaty. Naopak negativně byla často hodnocena úroveň cest po areálu, nedostatek dětských atrakcí, odpočinkových míst a občerstvení. Tyto odpovědi se staly námětem pro mnou navrhované inovace. Odpovědi z dotazníků se ve většině případech shodovaly s mým vlastním pozorováním. Na inovace bylo vyčleněno 220 000,- Kč, přičemž tuto sumu jsem rozdělila mezi jednotlivé inovace. Navrhované inovace by nesloužily pro přímý zisk, ale spíše pro zatraktivnění místa, a tak přilákání nových návštěvníků. Konkrétně se jedná o revitalizaci cest po areálu ZOO, vybudování dětského hřiště, zavedení interaktivních tabulí a vytvoření odpočinkových míst. Dále jsem navrhla inovace, které by se mohly v budoucnu zrealizovat, ale bohužel by bylo zapotřebí větších finančních prostředků a hlubšího

průzkumu, zda by se tyto inovace vyplatily, což by mohlo být námětem pro mou diplomovou práci v navazujícím studiu.

Přínos práce spatřuji v tom, že mnou získané výsledky a navrhované inovace by mohly být podkladem pro vedení zoo, které by mohlo tuto práci využít jako návrh pro realizaci rozšíření nabídky služeb. Navrhované inovace stávajícího produktu byly postaveny na analýze současného stavu a na komparaci s konkurenčními zařízeními. Vytyčené cíle práce byly splněny, jelikož byly provedeny analýzy současného produktu, díky nimž jsme stanovili možnosti rozvoje dalších produktů.

7 Summary

Topic of my bachelor thesis is specification of the product offer in region Táborsko, product analysis of ZOO Táborsko – Větrovy and comparison with competitive devices. Innovations of product was based on analysis results. At the beginning of my thesis was written literary review of issues to better knowledge about researched field. After that I defined city Táborsko with its part Větrovy, where is researched devices. Data collection is from internet, so is's secondary dates. Then I made analysis of three competitive devices, which are in South Bohemian region. Results was compared with analysis of ZOO Táborsko – Větrovy. After that I had to made public survive in form of questionnaire. Results of questionnaire and my own watching gave me tip for mine suggesting innovations. There was given 220.000 Czech crowns to innovations, and these amount was dividing to individual things. Suggesting innovations aren't made for profit, but for better looking and feeling in ZOO. Innovations are: path reconstruction, building of playground, interactive schedules and resting places. Next innovations aren't actually, because it's pretty expensive, and it need to deeper research. These part would be topic of mine thesis in next studying. Suggesting innovations was based on analysis actually state and on comparison with competitive devices. Goals of work have been met, since the analysis of the current product, thanks to which we provide an option for developing other products.

Keywords: innovation, offer services, product, defining the area.

8 Seznam použitých zdrojů

Abc-hotel (2004). ZOO Ohrada – Hluboká nad Vltavou, Hluboká nad Vltavou, ke dni 13. 6. 2014. Dostupné z <http://www.abc-hotel.cz/cz/oo261-zoo-ohrada-hluboka-nad-vltavou-hluboka-nad-vltavou>

Akční domácnost (2010). Zahradní lavička Klasik, ke dni: 30. 7. 2014. Dostupné z: <http://www.akenidomacnost.cz/zahrada-dilna/5800-zahradni-lavicka-classic-8591022176009.html>

Čertík, M., Attl, P., Sysel, J., & Vitáková, M. (2000). *Cestovní ruch: Vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF.

Česká-zoo (2007). Krokodýlí ZOO Protivín, ke dni 3. 7. 2014. Dostupné z: <http://www.ceska-zoo.cz/zoo.php?kraj=jihocesky&zoo=krokodyli-zoo-protivin>

Česká-zoo (2007). ZOO Ohrada Hluboká nad Vltavou, ke dni 3. 7. 2014. Dostupné z: <http://www.ceska-zoo.cz/zoo.php?kraj=jihocesky&zoo=zoo-ohrada-hluboka>

Český statistický úřad (2012). Charakteristika okresu Tábor, ke dni: 11. 5. 2014. Dostupné z: http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_ta

Dětská hřiště REVO (2009). Revo dětská hřiště, ke dni: 30. 7. 2014. Dostupné z: <http://revo.cz/index.php>

Dvořáček, P. (2010). *To nejzajímavější z měst a obcí*. Olomouc: Rubico

Dvořák., J. a kol. (2006). *Management inovací*. Praha: Vysoká škola manažerské informatiky a ekonomiky

Dvořáková, A. (2012) Cestovní ruch – statistiky cestovním ruchu, ke dni 11. 5. 2014. Dostupné z: http://www.cestovni-ruch.cz/stat/diskuze.php?full_text=1

Foret, M., a kol. (2013). *Cestovní ruch v regionálním rozvoji*. Brno: ASTRON studio CZ.

Foret, M., & Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing.

Gehinova, B. (2008). *Geografie cestovního ruchu*. Hradec Králové: Jihočeská univerzita.

- Goeldner, C., R. & Ritchie, J. (2011). *Tourism principles, practices, philosophies*. Eleventh ed. Hoboken, N.J.: John Wiley.
- Gúčík, M. (2000). *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Ekonomická fakulta.
- Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novacká, L., & Oriška, J. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Hladká, J. (1997). *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing.
- Hrala, V. (1998). *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.
- Kesner, L., Moravec I., Novotný R. & Škodová-Parmová, D. (2008) *Management kulturního cestovního ruchu*, ke dni: 3. 2. 2014, Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/GetFile10_1.pdf
- Kiral'ová, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003.
- Krokodýlí ZOO Protivín (2014). O ZOO, ke dni 10. 6. 2014. Dostupné z: <http://www.krokodylizoo.cz/o-zoo>
- Kučerová, J., Strašík, A., & Šebová, L. (2010). *Ekonomika podniku cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism.
- Kudy z nudy (2014). Historie zoologických zahrad v ČR, ke dni: 5. 5. 2014. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/Poznejte-historii-zoologickych-zahrad-v-CR.aspx>
- Kulman, T. (2008) Tématické parky neboli jak vyžrát na cestovní ruch, ke dni: 10. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.stavebni-forum.cz/cs/article/3497/tematicke-parky-neboli-jak-vyzrat-na-cestovni-ruch/>

Malá, V. (1999). *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.

Management a marketing (2008). Obchodní podniky a podniky cestovního ruchu, ke dni: 10. 12. 2013. Dostupné z: <http://management-marketing.studentske.eu/2008/06/obchodn-podniky-podniky-cestovneho-ruchu.html>

Mapy.cz (2011) Dostupné z:

<http://mapy.cz/zakladni?x=14.6518940&y=49.3859886&z=14&l=0>

Město pro děti (2011). Zábavní park ČR, ke dni 11. 7. 2014. Dostupné z:

<http://www.mestoprodeti.cz/vylety-s-detmi/adresar/2556-zabavni-parky-v-cr.html>

Novacká, L. & kol. (2010) *Cestovní ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava: Ekonóm.

Oficiální stránky města Tábor (2012). Architektonické památky, ke dni: 10. 3. 2014.

Dostupné z:

http://www.taborcz.eu/vismo/o_utvar.asp?id_org=16470&id_u=1548&p1=1060

Oficiální stránky města Tábor (2012). Přírodní zajímavosti, ke dni: 10. 3. 2014.

Dostupné z:

http://www.taborcz.eu/vismo/o_utvar.asp?id_org=16470&id_u=1553&p1=1084

Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.

Palatková, M. & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada Publishing.

Pásková, M. & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.

Petrů, Z. (1999). *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.

Petříková, R. (2008). *Jakost a lidský faktor*. Ostrava: Technická univerzita Ostrava.

Příbová, M., Hindls, R., Kliková, D., Raiter, T., Trmač, P., Vysekálová, J. & Zahradníček, S. (1996). *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada Publishing.

Stavební fórum (2003). Tématické parky neboli jak vyžrát na cestovní ruch, ke dni: 20. 7. 2014. Dostupné z: <http://www.stavebni-forum.cz/cs/article/3497/tematicke-parky-neboli-jak-vyzrat-na-cestovni-ruch/>

Synek, M., a kol. (2002). *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beek.

Trasovník (2008). Tábořsko – popis regionu, ke dni: 23. 5. 2014. Dostupné z: http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/tabor/tabor.asp

Turistický atlas (2010). ZOO, ke dni: 18. 7. 2014. Dostupné z: <http://turistickyatlas.cz/vse/mista-tyt/ZOO.html>

Vaníček, J., Křesťan, V. (2007). Marketing cestovního ruchu, ke dni: 10. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>

Větrovy (2012). Aktuality, ke dni: 16. 4. 2014. Dostupné z: <http://www.vetrovy.eu/sekce/aktuality>

Větrovy (2012). Naučná stezka, ke dni: 16. 4. 2014. Dostupné z: <http://www.vetrovy.eu/sekce/naucna-stezka>

www.lorenc.info (2013). Závěrečné práce – metodika, ke dni: 20. 3. 2014. Dostupné z: <http://lorenc.info/zaverecne-prace/metodika.htm>

www.hamaka.huu.cz (2013). Zahradní altán Maja, ke dni: 30. 7. 2014. Dostupné z: <http://www.hamaka.huu.cz/horni-panely/zahradni-nabytek/zahradni-altany/zahradni-altan-maja-zahradni>

www.vyletdoprotivina.cz (2010). Krokodýlí ZOO, ke dni 5. 5. 2014. Dostupné z: <http://www.vyletdoprotivina.cz/krokodyli-zoo.php#second>

Zelenka, J., Těšitel, J., Pásková M. & Kušová D. (2013). *Udržitelný cestovní ruch: management cestovního ruchu v chráněných územích*. Hradec Králové: Gaudeamus

ZOO Dvorec (2013). O ZOO, ke dni 6. 5. 2014. Dostupné z: <http://www.zoodvorec.cz/cz/zoo-dvorec/o-zoo>

Zoo Hluboká nad Vltavou (2013). Zvířata v ZOO, ke dni: 3. 7. 2014. Dostupné z: <http://www.zoohluboka.cz/zvirata-v-zoo.html>

Zoologická zahrada Tábor – Větrovy (2013). Restaurace ZOO Tábor - Větrovy, ke dni: 15. 3. 2014. Dostupné z: <http://www.zootabor-vetrovy.cz/restaurace/>

Zoologická zahrada Tábor – Větrovy (2013). Vinný sklípek, ke dni: 15. 3. 2014. Dostupné z: <http://www.zootabor-vetrovy.cz/restaurace/vinny-sklipek.php>

Zoologická zahrada Tábor – Větrovy (2013). ZOO Tábor – Větrovy, ke dni: 15. 3. 2014. Dostupné z: <http://www.zootabor-vetrovy.cz/zoo/nova-zoo-tabor.php>

Zoologická zahrada Tábor – Větrovy (2013). Penzion ZOO Tábor – Větrovy, ke dni: 15. 3. 2014. Dostupné z: <http://www.zootabor-vetrovy.cz/penzion/>

9 Seznam schémat, grafů, tabulek a obrázků

9. 1 Schémata

Schéma č. 1: Kontinuum vlastní služeb

Schéma č. 2: Maslowova hierarchie potřeb

9. 2 Tabulky

Tabulka č. 1: Členění lokalizačních podmínek

Tabulka č. 2: Druhy cestovního ruchu

Tabulka č. 3: Formy cestovního ruchu

Tabulka č. 4: Objekty kulturně-společenských služeb

Tabulka č. 5: Kulturní zařízení

Tabulka č. 6: Pravidelné kulturní akce

9. 3 Obrázky

Obrázek č. 1: Vymezení oblasti Tábořsko

Obrázek č. 2: Příměstská část Větrovy

Obrázek č. 3: Naučná stříbrná stezka Tábor – Horky – Větrovy

Obrázek č. 4: Zahradní lavička Classic

Obrázek č. 5: Zahradní altán Maja

Obrázek č. 6: Pískoviště z plných kůlů

Obrázek č. 7: Houpadlo na pružině-beruška

Obrázek č. 8: Rozhledna s žebříkem a skluzavkou

Obrázek č. 9: Mapa ZOO Tábor – Větrovy

Obrázek č. 10: Brána do ZOO

Obrázek č. 11: Informační tabule pro děti

Obrázek č. 12: Informační tabule pro děti

Obrázek č. 13: Dětské hřiště

Obrázek č. 14: Naučná tabule pro děti

Obrázek č. 15: Interaktivní obrazovka

9. 4. Grafy

Graf č. 1: Zdroj informací o ZOO

Graf č. 2: Partner při návštěvě

Graf č. 3: Využitý dopravní prostředek

Graf č. 4: Kvalita značení k ZOO

Graf č. 5: Adekvátnost ceny

Graf č. 6: Nejvíce asociované zvíře se ZOO

Graf č. 7: Spokojenost s druhy zvířat

Graf č. 8: Absence zvířete v ZOO

Graf č. 9: Oblíbené zvíře

Graf č. 10: Návštěvnost restaurace

Graf č. 12: Doporučení přátelům

Graf č. 14: Spokojenost se službami

Graf č. 15: Spojení návštěvy ZOO s návštěvou Tábora

Graf č. 16: Měsíc návštěvy zařízení

Graf č. 17: plán potencionálního návratu

Graf č. 18: Kraj původu respondentů

Graf č. 19: Věk respondentů

10 Seznam příloh

Příloha č. 1: Inovační produkty

Příloha č. 2: Mapa ZOO Tábor - Větrovy

Příloha č. 3: Fotografie dětských atrakcí v ZOO Hluboká nad Vltavou

Příloha č. 4: Dotazník

11 Přílohy

Příloha 1: Inovační produkty

Obrázek č. 4: Zahradní lavička Classic



Zdroj: <http://zahradni-lavice.heureka.cz/zahradni-lavicka-classic/>

Obrázek č. 5: Zahradní altán Maja



Zdroj: <http://www.hamaka.huu.cz/horni-panely/zahradni-nabytek/zahradni-altany/zahradni-altan-maja-zahradni>

Obrázek č. 6: Pískoviště z plných kúlů



Zdroj: http://revo.cz/piskoviste-z-plnych-kulu-a-s-2-ma-sedaky-rozmary-2-m-x-2-m-vyska-025-m-s1a_k8_p14

Obrázek č. 7: Houpadlo na pružině-beruška



Zdroj: http://revo.cz/houpadla-na-pruzine__k17

Obrázek č. 8: Rozhledna s žebříkem a skluzavkou



Zdroj: http://revo.cz/skluzavky__k6

Příloha č. 2: Mapa a fotografie ZOO Tábor – Větrovy

Obrázek č. 9: Mapa ZOO Tábor – Větrovy



Zdroj: <http://www.zootabor-vetrovy.cz/zoo/oteviraci-doba.php>

Obrázek č. 10: Brána do ZOO



Zdroj: vlastní

Příloha č. 3: Fotografie dětských atrakcí v ZOO Hluboká nad Vltavou

Obrázek č. 11: Informační tabule pro děti



Zdroj: vlastní

Obrázek č. 12: Informační tabule pro děti



Zdroj: vlastní

Obrázek č. 13: Dětské hřiště



Zdroj: vlastní

Obrázek č. 14: Naučná tabule pro děti



Zdroj: vlastní

Obrázek č. 15: Interaktivní obrazovka



Zdroj: vlastní

Příloha č. 4: Dotazník

Inovace nabídky produktu CR v oblasti Táborsko (ZOO Tábor - Větrovy)

Dobrý den,

jmenuji se Monika Pospíchalová a jsem studentkou Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Nyní pracuji na bakalářské práci, jejíž název je „Inovace nabídky produktu Cestovního ruchu v oblasti Táborsko“. Cílem práce je zhodnocení současného produktu ZOO Tábor - Větrovy ve vztahu k cestovnímu ruchu v oblasti Táborsko. Tímto Vás prosím o vyplnění mého dotazníku, na základě kterého budu zpracovávat bakalářskou práci. Předem všem moc děkuji za čas, který jste si udělali.

1) Z jakých zdrojů jste se dozvěděl/a o ZOO Větrovy? *

- Doporučení známých nebo příbuzných
- Internet
- Informační centrum
- Propagační leták
- Rozhlas, televize, tisk
- Ve škole
- Jiné:

2) S kým jste toto zařízení navštívil/a? *

- S přáteli
- Se školou
- Partnerem/partnerkou
- S rodinou - tj. dětmi, vnoučaty, rodiči
- Sám/sama
- S kolegy, obchodními partnery
- S organizovanou skupinou/turistickým zájezdem
- Jiné

3) Jaký dopravní prostředek jste využil/a pro návštěvu ZOO Větrovy? *

- Osobní automobil
- Autobus
- MHD
- Jiné:

4) Myslíte si, že je dopravní značení k ZOO Větrovy dostatečné? *

- Spíše ano
- Ano
- Spíše ne
- Ne

5) Jak hodnotíte výši vstupného do ZOO Větrovy? *

- Optimální
- Příliš vysoká
- Příliš nízká
- Nevím

6) Jaké zvíře si představíte, když se řekne ZOO? *

7) Jste spokojeni s druhy zvířat, které jste v ZOO Větrovy mohl/a vidět? *

- Spíše ano
- Ano
- Spíše ne
- Ne

8) Které zvíře Vám v ZOO Větrovy chybí? *

9) Které zvíře se Vám v ZOO Větrovy líbilo nejvíce? *

- Tygr ussurijský
- Lev pustinný
- Velbloud dvouhrbý
- Ara ararauna
- Vlk arktický
- Medvěd hnědý
- Puma americká
- Surikata vlnkovaná
- Tamarín žltoruký
- Malpa hnědá
- Jiné

10) Navštívil/a jste v areálu ZOO Větrovy restauraci? *

- Ano
- Ne

11) Co Vás v ZOO Větrovy překvapilo nebo jste nečekal/a? (vypsát)*

12) Doporučil/a byste návštěvu ZOO Větrovy svým přátelům? *

- Spíše ano
- Ano
- Spíše ne
- Ne

13) Co byste zlepšil/a, změnil/a nebo se Vám nelíbilo v zařízení ZOO Větrovy? (vypsát)*

14) Ohodnořte spokojenost s jednotlivými aspekty ZOO Větrovy (1=výborně, 5=nedostatečně). *

	1	2	3	4	5
Prostředí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Občerstvení	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vybavenost areálu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rozmanitost zvířat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bezpečnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Propagace ZOO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personál	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dostupnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15) Spojil/a jste návštěvou ZOO Větrovy s návštěvou města Tábor? *

- Ano
- Ne

16) V jakém měsíci jste ZOO Větrovy navštívil/a? *

17) Plánujete se do tohoto zařízení vrátit? *

- Spíše ano
- Ano
- Spíše ne
- Ne

18) Z jakého kraje pocházíte?(vypsat) *

19) Kolik Vám je let? *

- 15let a méně
- 16-25 let
- 26-34 let
- 35- 49 let
- 50-59 let
- 60 a více let

20) Pohlaví? *

- Žena
- Muž