

**Ekonomická Univerzita v Bratislavě**  
**Obchodná fakulta**

**Ekonomický přínos atrakce cestovního ruchu**  
Diplomová práce

**Ekonomická Univerzita v Bratislavě**

**Obchodná fakulta**

Evidenční číslo: 102004/I/2019/36097107977662724

**Ekonomický přínos atrakce cestovního ruchu**

Diplomová práce

**Studijní program:** Management cestovního ruchu

**Studijní obor:** Cestovní ruch

**Školící pracoviště:** Katedra služeb a cestovního ruchu

**Vedoucí závěrečné práce:** doc. Ing. Anna Michálková, PhD.

Bratislava 2018

Bc. Jan Novák

## **Čestné vyhlášení**

Čestně vyhlášu, že jsem závěrečnou práci vypracoval samostatně na základě svých vědomostí s využitím informačních zdrojů uvedených v seznamu bibliografických odkazů.

Bratislava 20.4.2018

.....

Bc. Jan Novák

## **Poděkování:**

Chtěl bych poděkovat vedoucí diplomové práce panu doc. Ing. Anna Michálková, PhD. za metodické vedení, cenné rady a konzultace poskytované v průběhu zpracování této práce.

Obrovské poděkování náleží celé mé rodině a přítelkyni za jejich podporu a poskytnuté zázemí během mých školních let.

## **Abstrakt**

NOVÁK, Jan: Ekonomický význam cestovního ruchu ve vybraném regionu/destinaci.  
– Ekonomická univerzita v Bratislavě. Obchodní fakulta: Katedra služeb a cestovního ruchu.  
– Vedoucí práce: doc. Ing. Anna Michalková, PhD. – Bratislava: OF, 2019, 60 stran

Cílem diplomové práce je zjistit ekonomický přínos zoologické zahrady během její návštěvy pro zoo i pro podniky, které jsou spojené s návštěvou zoo. V první kapitole je definována teoretická problematika cestovního ruchu v České republice. Další část kapitoly se zabývá ekonomickým významem cestovního ruchu pro celou Českou republiku. Tato podkapitola se zaměřuje i na ekonomický význam cestovního ruchu přímo na region Praha. V druhé kapitole je definován cíl práce. Třetí kapitola popisuje metodiku a metody zkoumání, které byly použity během psaní diplomové práce. Čtvrtá kapitola se zabývá naplněním cílů za použití stanovené metodiky. V této kapitole se zjišťuje a hodnotí ekonomický přínos Zoo Praha. Pomocí sekundárních zdrojů jsou zjištěny výdaje návštěvníků přímo v zoologické zahradě. Další výdaje byly zjištěny za pomoci dotazníkového šetření přímo od návštěvníků zoologické zahrady. Otázky byly směřované na výdaje za ubytování / dopravu / stravování / další výdaje. Odpovědi z primárního výzkumu a informace ze sekundárního zdroje byly následně přehledně zpracovány do celkového ekonomického přínosu zoo pro město Praha. Výsledky byly také přepočteny pro lepší přehlednost na jednu osobu. Dále byl vypočten multiplikátor ekonomického přínosu Zoo Praha, kde výsledkem je Zjištění ekonomického přínosu pro podniky, které jak přímo tak nepřímo souvisí s cestovním ruchem. Výsledkem řešení dané problematiky je prokázání vlivu ekonomického přínosu Zoo Praha v regionu na základě výpočtů vykonaných v praktické části práce.

### **Klíčová slova:**

Ekonomický význam – zoo – Praha – multiplikátor – input-output

## **Annotation**

NOVÁK, Jan: Economic importance of tourism in selected region / destination. - University of Economics in Bratislava. Business Faculty: Department of Services and Tourism. - Thesis supervisor: doc. Ing. Anna Michalkova, PhD. - Bratislava: OF, 2019, 60 pages

The aim of this thesis is to find out the economic benefit of the zoo during its visit to the zoo and to the companies that are connected with the visit to the zoo. The first chapter defines the theoretical issues of tourism in the Czech Republic. The next part of the chapter deals with the economic importance of tourism for the whole Czech Republic. This subchapter also focuses on the economic importance of tourism directly to the Prague region. The second chapter defines the goal of the work. The third chapter describes the methodology and methods of investigation that were used during the writing of the thesis. The fourth chapter deals with the fulfillment of the objectives using the established methodology. In this chapter, the economic benefits of Prague Zoo are examined and evaluated. Secondary sources identify visitors' expenses directly in the zoo. Other expenses were collected using a questionnaire survey directly from visitors to the zoo. The questions were directed at spending on accommodation / transport / catering / other expenses. The responses from the primary research and information from the secondary source were then clearly arranged into the overall economic benefit of the zoo for the city of Prague. The results were also recalculated for better clarity per person. Furthermore, a multiplier of the economic benefit of Prague Zoo was calculated, where the result is the identification of economic benefits for businesses that are directly and indirectly related to tourism. The result of the solution of this issue is to prove the influence of the economic benefit of the Prague Zoo on the basis of calculations made in the practical part of the thesis.

### **Key words:**

Economic significance - zoo - Prague - multiplier - input-output

## Obsah

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Úvod .....                                                 | 4  |
| 1 Současný stav problematiky cestovního ruchu v ČR .....   | 5  |
| 1.1 Cestovní ruch v ČR .....                               | 5  |
| 1.1.1 Vlivy cestovního ruchu na rozvoj regionu Praha ..... | 7  |
| 1.2 Ekonomický význam CR .....                             | 8  |
| 1.2.1 Ekonomický význam CR v České republice .....         | 8  |
| 1.2.2 Ekonomický význam CR pro region – Praha .....        | 11 |
| 2 Cíl práce .....                                          | 15 |
| 3 Metodika práce a metody zkoumání .....                   | 16 |
| 3.1 Metodika práce .....                                   | 16 |
| 3.2 Charakteristika Zoo Praha .....                        | 18 |
| 3.2.1 Zoo v ČR .....                                       | 18 |
| 3.2.2 Historie Zoo Praha .....                             | 18 |
| 3.2.3 Současná Zoo Praha .....                             | 19 |
| 3.2.4 Zoo Praha ve světě .....                             | 21 |
| 3.3 Konkurence pro Zoo Praha .....                         | 22 |
| 3.3.1 Konkurence .....                                     | 22 |
| 3.4 Ekonomická SWOT analýza .....                          | 23 |
| 4 Výsledky práce .....                                     | 28 |
| 4.1 Ekonomické výsledky Zoo Praha za rok 2017 .....        | 28 |
| 4.2 Zhodnocení hospodářského výsledku za rok 2017 .....    | 28 |
| 4.2.1 Náklady za rok 2017 .....                            | 28 |
| 4.2.2 Výnosy za rok 2017 .....                             | 30 |
| 4.2.3 Souhrn hospodářského výsledku .....                  | 32 |
| 4.2.4 Ekonomický přínos návštěvníka .....                  | 32 |
| 4.3 Výsledky primárního výzkumu přínosu ze zoo .....       | 35 |

|       |                                    |    |
|-------|------------------------------------|----|
| 4.3.1 | Respondent.....                    | 35 |
| 4.3.2 | Pobyt v Praze .....                | 37 |
| 4.3.3 | Náklady na dopravu .....           | 41 |
| 4.3.4 | Dodatečné služby .....             | 45 |
| 4.3.5 | Stravování.....                    | 47 |
| 4.3.6 | Shrnutí.....                       | 50 |
| 4.4   | Multiplikační efekt Zoo Praha..... | 51 |
| 4.4.1 | Multiplikátor ekonomické báze..... | 51 |
| 4.4.2 | Multiplikátor Input-Output.....    | 52 |
| 5     | Závěr.....                         | 55 |
| 6     | Citovaná literatura .....          | 56 |
| 7     | Přílohy.....                       | 59 |
| 7.1   | Seznam obrázků.....                | 59 |
| 7.2   | Seznam tabulek .....               | 59 |
| 7.3   | Seznam grafů .....                 | 60 |



## Úvod

Téma diplomové práce bylo zvoleno: „Ekonomický význam cestovního ruchu ve vybraném regionu/destinaci – Zoo Praha“ z důvodu blízkého vztahu autora s městem, kde se zoo nachází. Dalším důvodem je obrovský význam Zoo Praha pro město. V letních měsících patří mezi jednu z nejvíce vyhledávaných atraktivit v celé České republice.

Cestovní ruch je pro mnoho místních obyvatel velmi těžko uchopitelný pojem a díky navýšení návštěvnosti Prahy od roku 2015 je často spojován s negativními vlivy na obyvatele, jako je například přelidněnost na hlavních památkách, předražené ceny v centru nebo postupná absence českého jazyka na ulicích v centru. Autor proto chce touto prací dokázat důležitost cestovního ruchu v Praze a jeho ekonomický přínos interpretuje na zoologické zahradě.

Zoologická zahrada má významné a pozitivní postavení mezi místním obyvatelstvem, ale často není spojována s turismem, jelikož se nejedná přímo o poskytování ubytovacích nebo dopravních služeb, popřípadě s činností cestovní kanceláře.

Diplomová práce je zaměřena na výdaje návštěvníků, kteří zoo navštíví a vynaloží v ní své finanční prostředky. Následně jsou tyto výdaje použity pro vypočtení multiplikačního efektu, který ukazuje, jaký mají ve skutečnosti dosah pro region Praha.

V teoretické části je představen ekonomický význam cestovního ruchu pro Českou republiku a také přímo pro Prahu. Jsou zde použity dostupné informace z českého statistického úřadu.

V další části je diplomová práce zaměřena přímo na zoologickou zahradu. Zde je zoo představena a zhodnocena za uplynulé roky. Tato část se zaměřuje také na její postavení v Praze a v celé České republice. Je zde provedena SWOT analýza, které se soustředí na vnitřní a vnější pohled na zoo a je následně přehledně zpracována do tabulky

Praktická část je rozdělena na tři části. V první se na základě výroční zprávy zjišťují měřitelné výsledky přímo z informací od zoologické zahrady. Druhá část jsou autorem zjišťované chybějící údaje pro kompletní přehled veškerých výdajů, které turisté musí vynaložit během návštěvy zoologické zahrady. Tyto výdaje přesně ukazují významnost zoologické zahrady v jasných číslech při výpočtu na jednu osobu nebo za roční návštěvnost. Třetí část je vypočtení multiplikačního efektu zoologické zahrady a její celkové významnosti pro region Praha.

# 1 Současný stav problematiky cestovního ruchu v ČR

## 1.1 Cestovní ruch v ČR

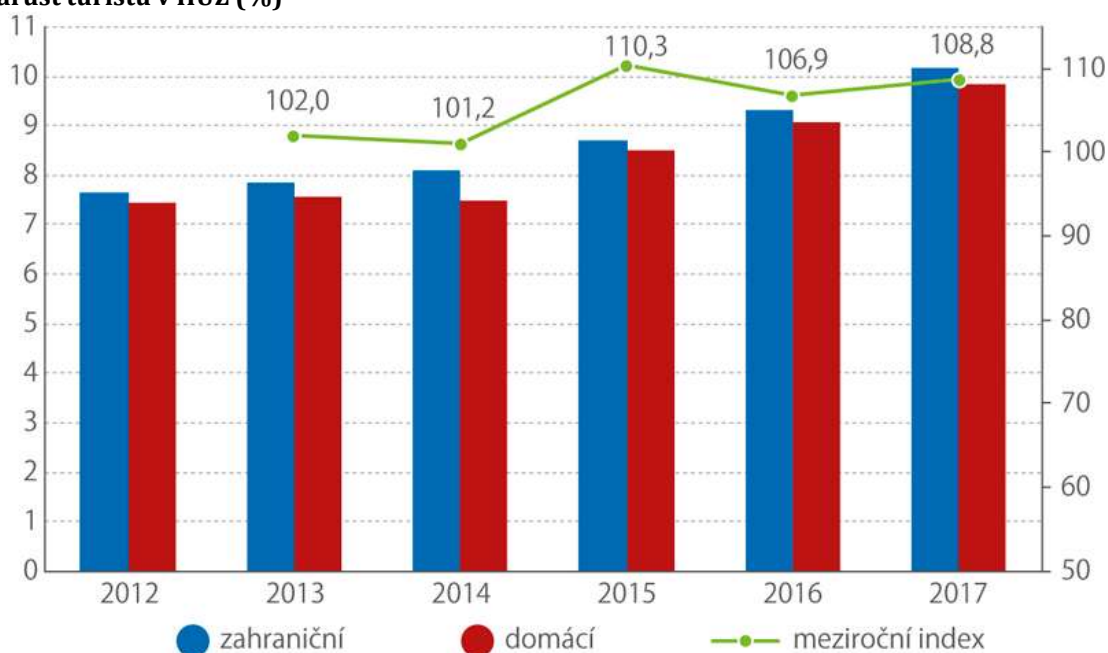
Cestovní ruch je v České republice rok od roku na vzestupu. Republiku navštěvuje každým rokem větší počet turistů, kteří přijíždějí nejen do Prahy, která je považována za pravý klenot České republiky, ale objevují i další skryté krásy v kraji.

Turisty směřující do ČR lákají především hlavní atraktivity, jimiž jsou historické památky rozeté po celé ČR. Mezi tyto památky patří celé historické jádro Prahy, přilehlé hrady, jako je Karlštejn a Konopiště. Velmi populární je také Český Krumlov, který se díky svému uvedení na seznamu UNESCO může chlubit oblibou převážně u asijské klientely a pro jeho připodobnění vystavěli jeho podobiznu v ([https://www.idnes.cz/ceske-budejovice/zpravy/cesky-krumlov-cina-huawei-zamek.A190118\\_104959\\_budejovice-zpravy\\_epkub](https://www.idnes.cz/ceske-budejovice/zpravy/cesky-krumlov-cina-huawei-zamek.A190118_104959_budejovice-zpravy_epkub)) Čínském městě Tung-kuan. V České republice se pořádá také několik významných kulturních akcí, které pravidelně přiláká deseti tisíce návštěvníků nejen z Česka, ale z celého světa. Mezi nejznámější patří Colours of Ostrava, Aerodrome a Rock for People. Všechny tyto festivaly navštívilo v roce 2017 dohromady okolo 95 tisíc návštěvníků. (Musicserver.cz, 2017) (Zerzoň, 2017) (Plecháč, 2015) Popularita hudebních interpretů vystupovat právě v České republice stoupá a interpreti se vracejí představit svou hudbu opakovaně právě do České republiky. Mezi nejznámější zahraniční hudebníky, kteří v roce 2017 zvýšili návštěvnost České republiky ze zahraničí, patřili Hans Zimmer, Green Day, Rammstein, Guns 'n Roses a mnohé další. Celková návštěvnost O2 Areny, která je populární právě koncerty známých interpretů, byla v roce 2017 okolo 720 tisíc prodaných vstupenek (Praguecitytourism.cz, 2019). Další velmi oblíbenou atraktivitou pro turisty přicházející do České republiky jsou lázeňský turismus, mezi hlavní města patří Karlovy Vary, Mariánské a Františkovy lázně, ale také Teplice nebo Jáchymov. (Zelenka, a další, 2012) Ve spojení s léčebným cestovním ruchem je často vyhledávána i cykloturistika a turistika. Tyto aktivity jsou velmi oblíbené pro české obyvatelstvo. Od krize v roce 2008 se domácí cestovní ruch začal opět rozvíjet a s oblibou provozovat. Tuto znovu objevenou oblibu a růst popularity si každoročně udržuje.

Vzestupu cestovnímu ruchu v České republice nasvědčuje i historický rekord v roce 2017, který překonal 20 mil. (20 000 561) příjezdů. V roce 2016 bylo ubytováno pouze necelých 18,5 mil návštěvníků (18 388 853). Za pět let vzrostl počet příjezdů až o 5mil. Tento postupný nárůst je zásluhou nerezidentů, cestujících po krajině, ale také místním obyvatelstvem. Rozdíl mezi těmito dvěma skupinami je pouhých 300 tisíc. počet

přenocování se každoročně zvyšuje od více než 7 %. Díky tomu bylo dohromady v celé České republice odbydleno více než 53 milionů nocí v hromadných ubytovacích zařízeních. Velkým problémem, kterým se cestovní ruch v krajině potýká je postupné snižování průměrnému počtu nocí. V roce 2012 se jednalo o 2,9 noci, kdežto v roce 2017 strávili turisté pouze 2,7 noci. Vliv na snížení počtu nocí má zkracování doby v lázeňských zařízeních. Dalším důvodem snížení počtu strávených nocí je charakter výletů autobusových zájezdů. Ti navštíví za krátkou dobu několik okolních států a tím snižují délku strávenou v ČR. (Český statistický úřad, 2019) Každoroční nárůst turistů, kteří přenocovali v hromadných ubytovacích zařízeních lze vidět v tabulce č.1. (Mikula, 2018)

**Graf 1: Nárůst turistů v HUZ (%)**



**Zdroj: (Český statistický úřad, 2019)**

Českou republiku navštěvují pravidelně turisté z celého světa. Největší zásluhu na návštěvnosti mají Němci, kteří dlouhodobě patří k nejpočetnější skupině příjezdců do České republiky.

*„V České republice se loni ubytovalo 10,2 mil. zahraničních hostů, což představovalo 9% nárůst. Klíčovou zdrojovou zemí incomingu je pro příjezdový cestovní ruch stále Německo, odkud přijely zhruba dva miliony hostů, což bylo o 4,3 % více než v roce 2016.*

*Druhou nejpočetnější skupinu v ubytovacích zařízeních tvořili hosté ze Slovenska se 682 tis. příjezdy, což představovalo navýšení o 6,2 %. Na třetím místě se umístili turisté z Polska (576 tis. hostů, +6,3 %). Dalšími zdrojovými zeměmi pro příjezdy nerezidentů byly Rusko, Spojené státy americké nebo Velká Británie. V loňském roce rovněž pokračoval zvýšený zájem o ubytování u turistů z Asie. Z deseti nejvýznamnějších zdrojových zemí se*

*nejvíce dařilo příjezdům z Číny s meziročním zvýšením o 37,7 %. Také hosté z Jižní Koreje navýšili své návštěvy v Česku meziročně o 27,6 %.*“ (Mikula, 2018) Z tohoto porovnání lze vidět, že německý trh je velmi významný pro cestovní ruch v České republice. Velký vliv na zvýšení počtu turistů, přicházející do České republiky z asijských států, má zavedení přímých leteckých spojení s Čínou. Z Prahy se lze nyní dostat do Šanghaje, Pekingu, Čcheng-tu a Si-an aniž by byl potřeba přestup v jiné zemi. (Gričová, 2017) Tyto spojení navyšují příležitost nalákat vyšší počet návštěvníků z velmi dynamicky se rozvíjející Číny a zvýšit tak průměrnou hotelovou obsazenost. Ta v roce 2017 byla v Praze pátá nejlepší v celé Evropě. Průměrně dosahovala 80,1 %. Obsazenost dosahovala lepší vytiženosti než třeba v Paříži, Barceloně, Berlíně nebo v Aténách. (Aktualne.cz Ekonomika, 2018) Významnou roli v rostoucích příjezdech do Prahy ale i do celé České republiky hraje velká atraktivnost celé střední Evropy (Rakousko, Slovensko, Maďarsko). Tyto státy jsou brány jako bezpečné země k cestování, s dobrou dopravní obslužností, a srovnatelnou úrovní služeb v cestovním ruchu, v porovnání s USA, Francií nebo Velkou Británií. Atraktivnost také zvyšuje přívětivější ceny za hotelové pokoje. V porovnání Prahy s Paříží, ušetří turisté přijíždějící do Prahy 146€ za noc. Průměrná noc v Praze stojí průměrného turistu 88€, kdežto v Paříži průměrně zaplatí až 234€ za noc.

### *1.1.1 Vlivy cestovního ruchu na rozvoj regionu Praha*

Praha patří mezi nejnavštěvovanější destinaci v České republice. Ročně se zde ubytuje více než šest miliónů turistů z téměř celého světa.

Analýzu konkurence Zoo Praha v této destinaci lze provést pouze u atrakcí, kde se turista musí prokázat platnou vstupenkou. Tím pádem je možné zaevidovat přesný počet lidí, kteří navštívili konkurenční zařízení. Václavské náměstí, Karlův most a Staroměstská radnice s orlojem patří jednoznačně k nejnavštěvovanějším místům v Praze, kam se většina turistů dostaví. Přesný počet lidí tu však nelze spočítat.

(Ceskenoviny.cz, 2018) Nejatraktivnější zařízení, kde je zapotřebí si zakoupit vstupenku, byl v roce 2017 Pražský hrad. Výhodou Pražského hradu je jeho umístění v centru Prahy, kde se pohybuje nejvíce zahraničních turistů. Jedním z hlavních důvodů navštívení Pražského hradu je jeho dominantnost. Památky mají oproti zoo tu výhodu, že je navštěvuje více turistů ze zahraničí. Na seznamu nejlepších míst, která je možné v Praze navštívit, je Pražský hrad uveden ve většině případů mezi prvními třemi. Toto platí jak pro česky psané seznamy, tak pro cizojazyčné. Jako příklad lze uvést Lonely Planet, kde je Pražský hrad zapsán na prvním místě, kdežto zoo tu není uvedena vůbec. V TOP atrakcích

v Praze na internetové stránce Planet Ware je Pražský hrad na prvním místě a zoo na devátém.

Pražský hrad navštívilo v roce 2017 o 650 tisíc lidí více než zoologickou zahradu, která je umístěna na třetím místě. (Ceskenoviny.cz, 2018) Na druhém místě je Lanová dráha na Petřín v Praze. Za zoo se řadí AquaPalace Praha, do kterého přišlo o čtyři sta tisíc lidí méně než do zoo. Tyto dvě atrakce jsou si ve většině případů velmi podobné. Obě dvě jsou vzdálenější od centra a je tam složitější doprava než na Pražský hrad, nacházející se v centru města. Obě atrakce jsou převážně navštěvované českými obyvateli. AquaPalace má jistou nevýhodu v tom, že často není zmíněn na seznamech top pražských destinací, a to ani na nižších pozicích. Turisté musí vynaložit větší snahu při získávání informací o dopravní obslužnosti do aquaparku než příkladně u zoo. V porovnání se zoologickou zahradou je vstupné mnohem vyšší a celodenní rodinný výlet pro čtyřčlennou rodinu vyjde o 1100 Kč draž než výlet do zoo. Aquapark lze ovšem nahradit při pěkném počasí alternativní variantou, jako jsou venkovní koupaliště nebo bazény, u zoo tato varianta není. Naopak při nepříznivém počasí, aquapark nabízí kryté prostory ke koupání, u zoologické zahrady tato možnost není.

Další zařízení, která mají návštěvníci Prahy v oblibě, jsou: Židovské muzeum, Staroměstská radnice, Petřínská rozhledna + bludiště či Národní galerie. Výhodou všech těchto míst je jejich lepší umístění. Lidé chodí okolo těchto zařízení nebo je vidí z dálky, a tím je mohou lákat k návštěvě. Turisté do Prahy přijedou většinou na krátkou dobu, proto jim nezbyvá dostatek času na časově náročnější atrakce. Snaží se při své návštěvě převážně stihnout ty nejatraktivnější památky, jako je Karlův most, Pražský hrad, Staroměstskou radnici s orlojem, Václavské náměstí a Vyšehrad. Reklamy propagující Prahu jsou zaměřeny hlavně na výše uvedené památky, ale nepomáhají k propagaci zoo, botanické zahrady ani aquaparku.

## **1.2 Ekonomický význam ČR**

### **1.2.1 Ekonomický význam ČR v České republice**

Cestovní ruch je jedno z významných odvětví ekonomiky ČR. Jeho významnost definoval statistický úřad následovně

## ***„Hlavní ekonomické přínosy cestovního ruchu***

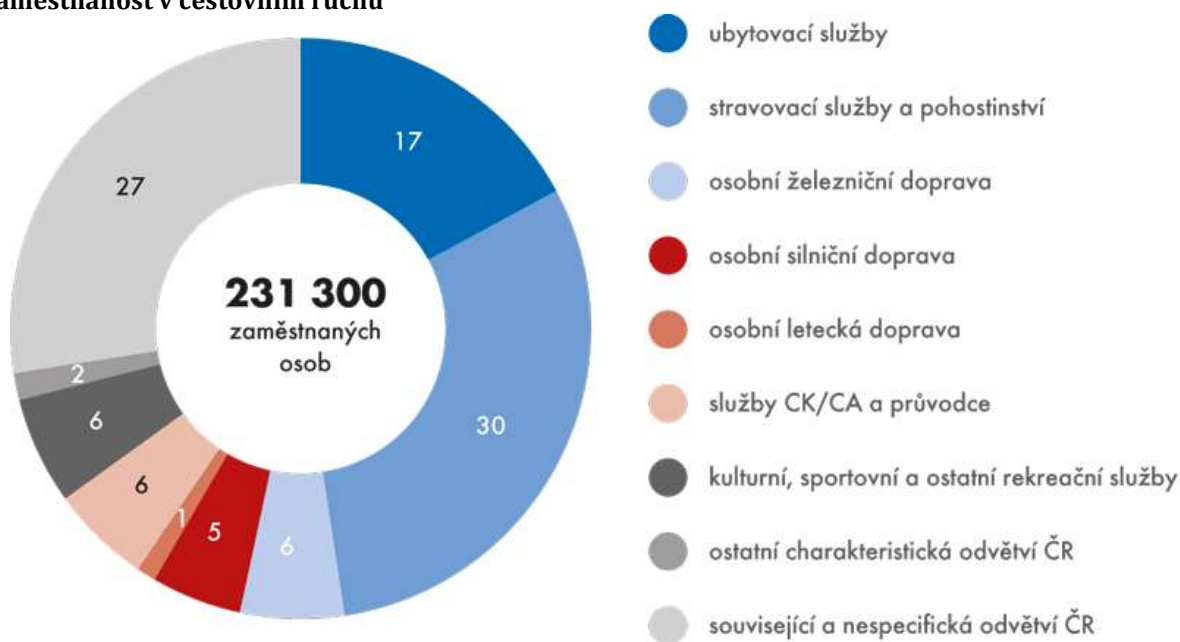
- *Přispívá k tvorbě hrubého domácího produktu.*
- *Pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu.*
- *Tvoří příjmy státního i místních rozpočtů.*
- *Podporuje investiční aktivity.*
- *Rozvíjí malé a střední podnikání.*
- *Tvoří nové pracovní příležitosti.*
- *Rozvíjí meziregionální spolupráci.* „ (Lejsek, 2015):

Díky výše uvedeným faktům by cestovní ruch neměl být podceňován. Měla by se mu věnovat dostatečně velká pozornost, protože přispívá významnou položkou do HDP. V zemi jako Španělsko dokonce má podíl až 11 %. (Aktualne.cz Ekonomika, 2018) Většina nevyspělých států může Cestovní ruch využít jako ideální a nejjednodušší příležitost získání zahraničního kapitálu. Ve většině států je cestovní ruch rozprostřen po celém státu. Mohou tak vznikat pracovní místa všude a není to ovlivněno pouze podnikem, který byl v dané oblasti postaven. Česká republika má velkou výhodou v širokých možnostech cestovního ruchu: Praha – památky, UNESCO; Jižní Čechy – cykloturistika, památky; Moravskoslezský kraj – turistika, tradice; Karlovarský – lázeňství atd. Poslední bod ze seznamu hlavních přínosů cestovního ruchu *Rozvíjí meziregionální spolupráci*. Lze vidět na větším zastoupení zahraničních řetězců vstupující na český trh. V oblasti ubytovacích zařízení lze vidět po České republice hotely jako Hilton, Marriot, Radisson nebo Four season. V gastronomické sektoru to jsou převážně restaurace rychlého občerstvení McDonald, KFC, Pizza hut, TGIF a další

Firmy podnikající v tomto odvětví jsou po celé České republice a dá se říct, že v každém kraji, okrese, městě ale i obci je alespoň jeden podnik, který spadá do cestovního ruchu. Může se jednat o všechny historické památky, které patří mezi cíle k cestování, ale i ubytovací zařízení, a rekreační střediska. Velký podíl na zaměstnanosti mají převážně stravovací zařízení a pohostinský sektor. Tyto podniky jsou v menších obcích zastoupeny různými lokálními restauracemi nebo hospodami. Výhodou cestovního ruchu je i současný trend lokálních produktů a bioproduktů. Zde lze vidět cestovní ruch v agroturismu nebo právě nákup místních produktů turisty. Jak je z výše uvedeného zřejmé, cestovních ruch zaujímá výraznou pozici na trhu práce. Podle (Lejsek, 2018) dostupných informací pracovalo v České republice v cestovním ruchu v roce 2016 přes 231 tisíc osob. Tento údaj činí přibližně 4,4 % z celkové zaměstnanosti ve všech odvětvích. V cestovním ruchu tak

pracuje každý 23 Čech. Cestovní ruch tak v rámci zaměstnanosti předčil celé primární odvětví (zemědělství, lesnictví a rybářství), ale i těžbu nerostného bohatství. Důležitým faktorem pro cestovní ruch je, že nabízí práci i lidem s nižší kvalifikací. U velkého počtu pracovních míst není vyžadován žádný akademický titul nebo vzdělávací kurz, oproti zdravotnictví nebo sociální péči. Lze tak velmi dobře vyřešit problém s nezaměstnaností v některých problematických oblastech, která se potýká s vysokou nezaměstnaností. Z celkového počtu 239 tisíc osob bylo 196 tisíc zaměstnanců a 43 tisíc sebe-zaměstnaných. (czso.cz, 2019) Mezi sebe-zaměstnané převážně patří průvodci, soukromí dopravci nebo vlastníci menších restauračních zařízení a bister. Na grafu lze vidět procentuální rozdělení v jednotlivých odvětvích cestovního ruchu po celé České republice z roku 2013. Největší zastoupení je ve stravovacích službách, a to 30 %. V tomto sektoru je zapotřebí velkého počtu servírek, kuchařů a výpomoci v kuchyni. 18 % procent z celkové zaměstnanosti v turismu je zaměstnaných v ubytovacích zařízení, kde pracují převážně jako pokojské a recepční, či personál v kuchyni. Shodně po 6 % má Osobní železniční doprava, Kulturní sportovní a rekreační zařízení. (Lejsek, 2014)/

**Graf 2: Zaměstnanost v cestovním ruchu**



**Zdroj: (Lejsek, 2014)**

V diplomové práci je popsán význam cestovního ruchu v zaměstnanosti v celé České republice. Jak již bylo zmíněno, ČR zaměstnává 4,5 % z celkové pracovní populace. Velký podíl má cestovní ruch i na celkovém HDP země. Za rok 2017 byla produkce turismu přes 328 mld. Kč, což představuje 2,8 % z celkového HDP. Na vzdělávání a zdravotnictví ztrácí necelé 1,5 %, ale i tak je to významným odvětvím, které každoročně nabývá na své důležitosti. Aktivní cestovní ruch (Příjezdový nebo domácí cestovní ruch) je velmi

důležitým zdrojem finančních prostředků. V roce 2017 byl celkový objem výdajů turistů 293 mld. Kč. V porovnání s rokem 2015 se jedná o zvýšení výnosů o 8,9 % oproti roku předcházejícím. Jedná se o souhrnný ukazatel poptávky všech návštěvníků, kteří trávili svou dovolenou v Česku. Souhrně zahraniční turisté v ČR utratili 165 mld. Kč, což představuje 56,5% podíl oproti domácímu cestovnímu ruchu. Domácí cestovní ruch (čeští turisté, kteří cestují po České republice) byl v celkovém souhrnu 128 mld Kč. Je velmi důležité, že podíl domácího cestovního ruchu se pravidelně zvyšuje. Češi objevují krásy rodného státu a zároveň podporují české podnikatele a místní ekonomiku. V roce 2016 byl import (český kapitál směřující do zahraničních turistických zařízení / Export – příliv zahraničního kapitálu do českého státu) 75 Mld Kč. Dlouhodobě si stát udržuje kladné bilanční saldo. (czso.cz, 2019)

Dle statistiky vytvořené českým statistickým úřadem byla zjištěna informace, týkající se výdajů turisty za den strávený v ČR : *„Návštěvník ze zahraničí při cestě do České republiky utratil v průměru 4 830 Kč, český účastník cestovního ruchu průměrně 1 350 Kč. Rozdíl je způsoben, mimo jiné, mnohem vyšším počtem jednodenních výletů u rezidentů, ale také českým specifickým trávením volného času v podobě chataření a chalupaření. Náklady jsou v těchto případech mnohem nižší než například u hotelových pobytů či na služebních cestách.“* (Lejsek, 2018)

### 1.2.2 Ekonomický význam CR pro region – Praha

Region Praha je nejčastěji navštěvovaným místem a krajem v celé České republice. Velikost města s magickým historickým jádrem, počet pořádaných koncertů a jiných akcí nebo výborná strategická poloha včetně výborné infrastruktury má za následek rostoucí poptávku po návštěvě tohoto města. V roce 2017 přijelo více jak 6,5 mil hostů ze zahraničí a okolo 1,1 mil lidí z tuzemska. Dohromady se jedná o 7 652 761 hostů, což je meziroční nárůst o 7,4 % oproti minulému roku. Praha zažívá výborné období a stále rostoucí poptávka naznačuje globální cestování a zájem hostů o nové destinace, než je Paříž, Londýn nebo New York. Zvýšení poptávky po této destinaci také pomohlo také zavedení nových leteckých spojů z Prahy do čínských měst. Dlouhodobý průměr pobytu zahraničních turistů v Praze je 2,4 noci. Toto číslo představuje rekordní počet přenocování v historii. V roce 2017 se v Praze uskutečnilo více jak 18 mil osobonocí, z čeho 89,3 % (16 132 282) představovali zahraniční hosté a zbylých 10,7 % (1 923 556) rezidenti z České republiky. Oproti roku 2016 byl zaznamenán nárůst v počtu odbydlených nocí o 7,5 % (1 259 454). Praha také vyniká skvělou infrastrukturou a nabídkou ubytovacích zařízení pro své hosty. Dohromady se na území Prahy nachází 787 hromadně ubytovacích zařízení, mezi které patří hotely, kempy,

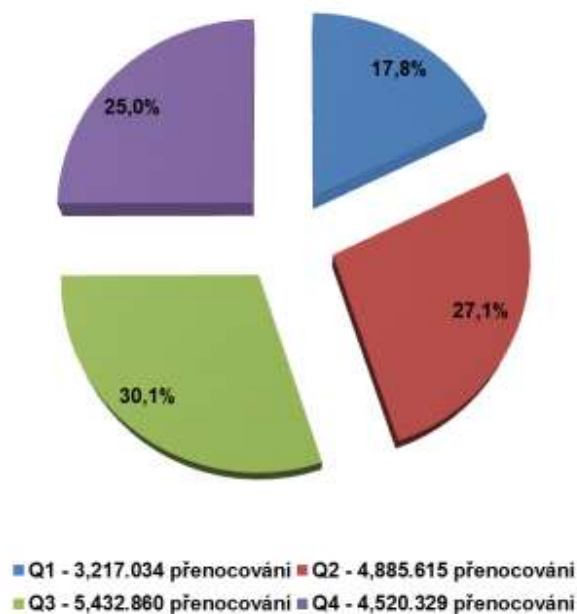


penziony apartmány a další. Celkem je k dispozici 41 617 pokojů, 90 891 lůžek a 1096 míst pro stany a karavany. Obsazenost v hotelích se pohybovala kolem 69,5 % a čistě využitých lůžek bylo 67 % za rok 2017. Veškeré tyto informace jsou získané ze zaregistrovaných ubytovacích zařízení, které odvádí městu poplatků a daň. Do statistik se nepočítá ubytování v soukromí, které návštěvníci (především turisté z České republiky) využívají, když navštěvují příbuzenstvo nebo kamarády. Dále do statistik není zahrnuto bezplatné ubytování přes portál Couchsurfing.com, který umožňuje nabízet možnost přespání turistům zdarma na gauči/posteli, a tím pomoci lidem během jejich cestování. V posledních letech je velkým trendem sdílené ubytování. Turisté přijíždějí do cizích obydlí, kde jim majitelé za poplatků umožňují přespát. Jedná se o možnost přivýdělku pro majitele bytu, který může uvolnit ke krátkodobému pronájmu pokoj nebo celý byt. Za tuto službu dostává zaplacení a vzniká z něho malý živnostník. Jsou zde využity prázdné byty a rozšiřuje se tak nabídka bydlení. Tyto služby využívají turisté, kteří nehledají klasický luxus a služby hotelů. V nabízených bytech lze často najít i plně vybavené byty s kuchyňkou, které jsou pro rodiny s dětmi ideální možností, jak získat levnější druh apartmánu, než jaké nabízí hotely. Průkopníkem tohoto sdíleného ubytování je především internetová stránka Airbnb.com nebo Flipkey.com či HomeAway.com. Velkým problémem pro město je fakt, že až s příchodem roku 2019 si město pomalu vyjednává podmínky vyplácení daně a poplatků za ubytování městu. Do této doby to platila pouze zaregistrovaná hromadná ubytovací zařízení. Zároveň široká nabídka bytu vyhrazená pronajímání přes Airbnb snížila počet nabízených bytů pro místní obyvatelstvo. Celkový počet přenocování vzrostl o 4,7 %, a podílil se 14,7 % na celkovém počtu ubytovaných návštěvníků v Praze. Procentuální podíly představují okolo 1,79 mil přenocování za rok. Největší poptávka byla vykázána na pronájem celé domácnosti a to v 81 případech ze sta. Zpracováno podle. (Prague city tourism, 2019)

V roce 2017 byla návštěvnost během celého roku vyvážená. (Prague city tourism, 2019) První kvartál byl tradičně nejslabší a ubytovalo se v Praze necelých 18 %. Zimní měsíce (leden, únor, březen) většina klientů tráví na horách, památky bývají často zavřené a počasí také není vlídné k městské turistice. Hotely se snaží v těchto měsících vyrovnávat ztrátu velmi nízkou cenou. Ta může dosahovat až třetiny ceny v letních měsících. Nejsilnějším kvartálem bylo letní období (červenec, srpen, září). Dohromady 30,1 % z celkového počtu ubytovaných návštěvníků. Srpen se stal nejvíce navštěvovaným měsícem v roce 2017. Dohromady se uskutečnilo 1 902 385 noclehů v Praze. Únor naopak dosahoval nejnižších čísel. Jedná se o nejkratší měsíc v roce, ale i tak celkový počet je až o milion menší než v srpnu. Druhý a třetí kvartál dosahují podobných výsledků

**Graf 3: Čtvrtletní podíl na celkovém počtu přenocování**

Praha 2017 - Podíl čtvrtletí na celkovém počtu přenocování



**Zdroj: (Prague city tourism, 2019)**

Z tabulky č.1 lze vidět, že do Prahy se opět vracejí turisté z Ruska. Největší meziroční nárůst byl zaznamenán v souvislosti s ruskou klientelou. Přijelo jich o 47 % víc než v roce 2016. A s celkovým počtem 1,5 milionu přenocování, se řadí na druhé místo. Pro Českou republiku včetně Prahy je nejvýznamnější klientela přicházející z Německa. Na celkovém počtu se podílí 13 % a ročně provedou více než 2 miliony přenocování. Na třetím místě se umístily Spojené státy americké (přes 1,1 milionu) a těsném závěsu je Velká Británie (1 milion). Čína a Jižní Korea mají skoro shodné výsledky. Pravidelné letecké spojení pomáhají k lepší návštěvnosti, protože roční přírůstek se pohyboval okolo 23-24 %. Zpracováno podle (Prague city tourism, 2019)

**Tabulka 1: Zahraniční turisté**

**TOP 11 zemí s nejvyšším počtem přenocování v roce 2017:**

| <b>Země</b>        | <b>Počet přenocování</b> | <b>Přírůstek/Úbytek</b> | <b>Přírůstek/Úbytek v %</b> | <b>Podíl na přenocování nerezidentů (%)</b> |
|--------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------|
| Německo            | 2,099.753                | 49.012                  | 2,4                         | 13,0                                        |
| Rusko              | 1,501.617                | 479.784                 | 47,0                        | 9,3                                         |
| USA                | 1,138.126                | 46.891                  | 4,3                         | 7,1                                         |
| Spojené království | 1,036.924                | -21.646                 | -2,0                        | 6,4                                         |
| Itálie             | 921.226                  | 66.526                  | 7,8                         | 5,7                                         |
| Španělsko          | 611.023                  | 52.067                  | 9,3                         | 3,8                                         |
| Francie            | 594.955                  | 7.847                   | 1,3                         | 3,7                                         |
| Slovensko          | 542.637                  | -131                    | 0,0                         | 3,4                                         |
| Jižní Korea        | 501.524                  | 97.057                  | 24,0                        | 3,1                                         |
| Čína               | 500.404                  | 93.888                  | 23,1                        | 3,1                                         |
| Izrael             | 496.352                  | 25.698                  | 5,5                         | 3,1                                         |

**Zdroj (Prague city tourism, 2019)**

## 2 Cíl práce

Jako hlavní cíl diplomové práce si autor zvolil zjištění ekonomického přínosu Zoo Praha v cestovním ruchu pro daný region. Zoo se nachází v regionu Hlavní Město Praha, který patří mezi nejvýznamnější oblast pro cestovní ruch v celé České republice. Cílem diplomové práce je zjistit celkové přínosy zoologické zahrady pro ekonomiku hlavního města Prahy. A to i v zařízeních, které přímo nesouvisí se zoo. Výdaje turistů jsou vynaloženy i mimo zoologickou zahradu a cílem diplomové práce je zjištění a vyčíslení částky, kolik přinesla návštěva zoo z jednoho turistu.

Vedlejší cíle byly zaměřeny na zjištění dílčích výdajů potřebných k dosažení hlavního cíle. Mezi vedlejší cíle patří zjištění a kalkulace následujících údajů: průměrné náklady, útrata za občerstvení v prostorách zoologické zahrady a také mimo areál zoo např. restaurace nebo výdaje za vlastní svačinu. Dále byly zjištěny výdaje za dopravu na území Prahy do zoo. Dotazník se zabýval i výdaji za ubytování v případě, že bylo potřeba přespávat v Praze.

Druhým hlavním cílem bylo zjistit multiplikační efekt zoologické zahrady a její ekonomický význam pro celý region, popřípadě celou českou republiku.

### 3 Metodika práce a metody zkoumání

#### 3.1 Metodika práce

Předmětem diplomové práce je zjistit ekonomický přínos zoo pro region a jeho okolí. Zoologická zahrada se řadí mezi hlavní návštěvní atraktivitu. Svým významem se zoo řadí mezi hlavní atraktivity i v rámci celé ČR. Ve výzkumné části se autor zabývá primárním výzkumem ekonomického vlivu. K provedení výzkumu je nezbytné mít zpracovaná základní data o zoologické zahradě. Na začátku práce je představena zoologická zahrada jako významná atraktivita v cestovním ruchu, včetně její krátké historie.

Dále je v práci krátce porovnáno současné konkurenční prostředí na území České republiky a to na základě ekonomického pohledu v počtu návštěvníků, kteří přicházejí do zoologické zahrady. Porovnání konkurence a zhodnocení správy zoologické zahrady, které je popsáno na základě výsledků za kalendářní rok 2017, je vytvořena SWOT analýza, která se zabývá ekonomickou stránkou pro zoo. Celá SWOT analýza je sestavena autorem a není převzata z již vypracovaných SWOT analýz.

V další části práce se autor zabývá sběrem sekundárních dat, převážně z výroční zprávy za uplynulý rok 2017. Následně je provedena analýza a porovnání výsledků s rokem 2016. Hlavní důraz je kladen na ekonomické hospodaření společnosti. Výnosy zoologické zahrady jsou hodnoceny a následně vybrány takové, které návštěvník fyzicky vynakládá během návštěvy zoo. Nejedná se tedy o jiný zdroj příjmů pro zoo. Jedním z hlavních bodů výzkumu je kalkulace ekonomického přínosu pro region na jednu osobu. V práci není rozděleno, jestli se jedná o studenta, dítě nebo dospělou osobu, přestože dítě, které navštěvuje zoologickou zahradu, nebude ve skutečnosti utrácet peníze. V počtu prodaných vstupenek však toto dítě je zaznamenáno, protože pro potřeby práce jsou i neplaticí osoby brány jako samostatné osoby a výsledky jsou proto udávány za osobu bez ohledu na věk. Veškeré výpočty jsou graficky znázorněny v tabulkách. Výsledkem kapitoly 4.2.2. jsou výdaje návštěvníka, které zoo fyzicky obdrží a tyto výdaje jsou zaznamenány ve výroční zprávě 2017. Celkové náklady jsou popsány a shrnuty také, ale pro potřeby práce není potřeba hlubší zkoumání, pouze představa a porovnání o hospodaření zoo.

Pro dosažení cíle, bylo potřeba provést primární výzkum u návštěvníků zoologické zahrady, který doplní sekundární zdroje. Výzkum byl prováděn za pomoci dotazníkového šetření přímo návštěvníků zoologické zahrady. K vytvoření přehledného dotazníku byla využita internetová stránka [www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com), která svými službami nabízela ideální nástroj pro autorův výzkum. Osobní dotazování probíhalo v březnu 2019. Pro větší

počet zodpovězených dotazníků a tím zvýšení počtu dotazovaných, byl dotazník zaslán elektronicky i respondentům, kteří navštívili zoologickou zahradu v její sezóně. Všechny tyto výsledky byly shromážděny a zpracovány do přehledných tabulek a grafů. Při návštěvě zoo však musely být tyto dodatečné náklady vynaloženy. Výsledky z dotazníkového šetření jsou popsány v kapitole 4.4. Vybrané otázky jsou pro lepší přehlednost znázorněny grafickými schématy. Z primárního výzkumu lze oddělit výdaje, které už byly zaznamenány ve výroční zprávě. Oddělení dat bude fungovat k eliminaci duplikace. Druhá část dotazníkového šetření obsahovala sadu otázek, které nebylo možné zjistit z výroční zprávy. Druhá sada otázek dotazníkového šetření poskytla výsledky výdajů v následujících kategoriích: ubytování v Praze, doprava návštěvníků do zoologické zahrady, stravování během dne v zoo. Návštěvníci mají možnost napsat i další výdaje, které vynaložili. Autor provedl analýzu výsledků z primárního výzkumu a stejně jako u výroční zprávy, převedl na výdaje za jednu osobu během návštěvy zoo.

Výdaje ze sekundárního a primárního výzkumu byly sečteny. Tím se zjistily celkové výdaje jedné osoby navštěvující zoologickou zahradu za jeden den. Přínosem zoologické zahrady pro region je průměrná útrata návštěvníka vynásobená celkovým počtem návštěvníků zoo. Tato částka představuje příliv tuzemského a zahraničního kapitálu díky vybudování této atraktivity.

Druhá praktická část je zaměřena na multiplikační efekt zoologické zahrady. Na základě multiplikačního efektu, lze zjistit rozšířenou významnost zoologické zahrady pro celou Českou republiku. První vzorec se soustředí na multiplikátor ekonomické báze. Jedná se o poměr celkových výdajů, které turista musí vynaložit s výdaji pouze za vstupenky.

$$= \frac{\text{celkový výdaje}(\text{ubytování, doprava, stravování}(\text{další výdaje}))}{\text{výdaje za vstupné}}$$

Tímto vzorcem se vypočítá, jak se změní přínos pro region, když se celkové výdaje o 1 Kč. Vzorec multiplikátoru byl použit jak pro celkové výdaje všech návštěvníků, tak kvůli lepší přehlednosti i pro průměrné výdaje na jednoho návštěvníka. Vzorec na aplikovaný multiplikátor ekonomické báze je přejat z přednášek paní docentky Anny Michalkové v předmětu „Regionální cestovní ruch“ na Ekonomické univerzitě v Bratislavě.

Druhý vzorec, který je pro naplnění cíle diplomové práce nezbytný, je model input-output (I-O), který zjišťuje veškeré sekundární efekty na základě vzájemné provázanosti. Tím se získá ekonomický přínos zoo pro celou Českou republiku. (Kubíčková, a další, 2017)

$$= \text{celkové výdaje} \times \text{multiplikátor}$$

## 3.2 Charakteristika Zoo Praha

### 3.2.1 Zoo v ČR

Zoologické zahrady patří mezi velmi oblíbené atraktivity. Oblibu v nich nacházejí jak turisté přijíždějící za zábavou, tak i místní obyvatelé města. V mnoha světových metropolích patří zoologické zahrady mezi často navštěvovaná místa. Často to bývá z důvodu existence velmi vzácného zvířete, které není možné vidět v rodném státě návštěvníka, ale ani ve volné přírodě. Díky tomu jsou v Pekingu velmi oblíbené pandy a ročně dokáží přilákat až šest milionů návštěvníků. (Travelchinaguide.com, 2019) V České republice Poukázat např. na zoo v Liberci, kde se lidé mohou podívat na bílé tygry. Dalším dobrým příkladem je zoo ve Dvoře Královém, kde se mohou projet vlastními auty mezi volně puštěnými zvířaty a pozorovat např. zebry, antilopy. Zoo Praha má ale pro svou oblíbenost a vysokou návštěvnost jiné důvody. Dle výzkumu prováděném zoo bylo zjištěno následující. (Zoopraha.cz, 2007) Lidé chodí do zoo i za studijními účely nebo kvůli prožití krásného dne za pěkného počasí, anebo za zábavnými dětskými atrakcemi. Akce pořádané zoologické zahradou nejsou hlavním důvodem k návštěvě zoo. Je vidět, že lidé jsou předem rozhodnutí, že chtějí zoo navštívit a akce jsou jenom příjemnější zážitku.

První zoologická zahrada, která kdy byla zřízena na světě, je v Rakousku, a to v zámeckých prostorách vídeňského Schönbrunn. Císař František I. Štěpán Lotrinský založil zoo v létě 1752. Od té doby se zasloužila o několik odchovů, mezi které patří první narození slona afrického, chovaného v zajetí. V České republice vznikla v porovnání s Vídní první zoo mnohem později, a to až v roce 1919 v Liberci. Tato zoo byla přeměněna z veřejné voliéry, která byla založena už v roce 1904. Postupem času se rozrůstala o další ptačinec a srnčí výběh. V roce 1931 byla založena pražská zoologická zahrada; do té doby byla jedinou zoo v České republice ta liberecká. (ct24.cz, 2009) Zoo Liberec se může pyšnit několika úspěchy v chovu „...*má největší chovnou skupinu kriticky ohroženého osla somálského v Evropě, mimo dvě japonské zoo je jedinou mimo čínskou zahradou s chovem takina čínského a jako jediná v ČR chová od roku 1994 bílou formu tygra indického.*“ (ct24.cz, 2009) Tygři patří mezi hlavní poznávací znamení nejen zoo, ale je možné je vidět i v logu hokejového klubu Bílí Tygři Liberec.

### 3.2.2 Historie Zoo Praha

Vznik Zoo Praha byl od začátku velmi komplikovaný. Největší zásluhou a také nejvytrvalejším zastáncem založení zoologické zahrady v Praze byl profesor **Jiří Janda**, který se stal prvním ředitelem Zoo Praha. Jeho tvrdá práce a neústupnost vedla nakonec **22.**

**května 1926** k založení Hospodářského, nákupního a stavebního družstva Zoologická zahrada v Praze. V roce 1922 daroval Alois Svoboda 24 hektarů v Troji právě na vybudování zoo. Profesor Janda umístění zoo do Troji později komentoval: „*Máme pozemek, jenž by vzbudil závist všech odborníků. Skály, jež jinde dlouho a nepřírozeně se budují, rovina, svah i náhorní větrné prostranství a především starý, romantický porost.*“ (Anděrová, 2008 str. 20) První návštěvníci mohli přijít do pražské zoo v den otevření **28 září 1931**.

(Anděrová, 2008 stránky 1-96) První postavené zařízení byl hlavní vchod, který dodnes stojí na stejném místě. Zajímavý byl vlčinec, který se mohl pyšnit umístěním prvního savce, vlčice Lotty. Dalšími stavbami bylo několik voliér pro ptáky a prvními zástupci dravců v Jandově voliére byli – orel, sup a káně.

První soupis všech zvířat v zoo se uskutečnil 31. ledna 1932 a přes velmi nečitelné údaje bylo zaznamenáno na 80 zvířat. Pražská zoo je ve světě známá díky chovu koně převalského, kteří přišli do zahrady roku 1932. Prvního mláděte se dočkali rok po příchodu klisny Heluš.

Válečné období bylo těžkou zkouškou. Vzhled zoo byl velmi poznamenán, veškeré dokumenty, průvodce, ale i jmenovky a vchod musely být napsány česko-německy. Pracovat a spolupracovat se zoo mohli pouze lidé árijského původu. Válka přinesla Zoo Praha také pozitiva. Kvůli bombardování německých měst získala Zoo Praha hrocha za cenu 1,- Kč živé váhy.

Od padesátých let začal postupný rozmach. Začal se stavět dům velkých savců (dostavěn v roce 1967). Ředitel Veselovský se stal prezidentem Mezinárodní unie ředitelů zoologických zahrad a byl také dostavěn nový pavilon tlustokožců (1973). V roce 1991 byl otevřen nový pavilon kočkovitých šelem. Gorily se dočkaly nového zázemí v roce 2001 a ve stejném roce byl otevřen také Africký dům. Indonéska džungle byla otevřena v roce 2004. Po ničivých povodních 2002 bylo přestavěno zázemí tučňáků a opičího světa. Nejnovějšími stavbami je od roku 2013 Údolí slonů a Pavilon hrochů. (Zoopraha.cz, 2018)

### 3.2.3 *Současná Zoo Praha*

Zoologická zahrada hlavního města Prahy je v současné době zapsaná jako příspěvková organizace se sídlem v Praze 7. Nynějším ředitelem je Mgr. Miroslav Bobek. Rozloha pražské zoo je 58 ha, z čehož 45 ha zabírá plocha expozic. Dohromady se zde nachází 12 pavilónů a je možné vidět více než 150 expozic. Nejen o zvířata, ale i o návštěvníky se stará okolo 235 zaměstnanců. (Zoopraha.cz, 2019)

Lidé navštěvují zoologické zahrady proto, aby viděli zvířata. Zoo Praha v roce 2017 chovala dohromady 684 druhů zvířat s celkovým počtem 5017 kusů zvířat. Podle



jednotlivých kategorií je zde nejvíce ptáků. Zoo Praha vlastní 300 druhů ptactva, jež čítá celkem 1742 kusů. Na druhém místě jsou největší zvířata, a to savci. Je možné vidět na 162 různých druhů a dohromady lze spatřit 1104 zvířat. Další místo pak zaujímají plazi se 139 druhy (1072 kusy), ryby s 32 druhy (854 kusy). Obojživelníků je chováno v zoo na 13 druhů (147 kusy) a je zde dokonce chována i jedna paryba. Zoo Praha je také velmi úspěšná v odchovu mláďat. Za rok 2017 se zde dohromady narodilo 1384 mláďat savců, ptáků a plazů. Zpracováno podle (Zoopraha.cz, 2019)

Díky své poloze je pražská zoologická zahrada výborně dostupná z několika stran a několika způsoby dopravy, a to automobilem, metrem a autobusem MHD, vlakem, lodí, na kole a pěšky. V roce 2007 se přívozem dostalo do zoo okolo 2 % z dotázaných lidí (Zoopraha.cz, 2007). Na základě výzkumu přicestovalo nejvíce návštěvníků (57 %) pomocí vlastního automobilu. Druhý nejoblíbenější způsob dopravy pomocí MHD (městské hromadné dopravy) (34 %). Kdyby bylo vybudováno metro přímo k zoo, byl by to jeden z velkých bonusů pro návštěvníky. Zpříjemnilo by to dopravu do zoo, v porovnání s přeplněným autobusem v letním období ve špičce. Díky rostoucí kvalitě cestování v MHD by se mohl zvýšit podíl lidí, kteří využívají tento způsob dopravy do zoo. Autobus číslo 112 přijede ze stanice metra Nádraží Holešovice až před hlavní vchod do zoo. Další autobus je jen spojení s Bohnicemi. Dalším způsobem je dobré spojení zoo s cyklistickou tratí (A2, EV, Vltavská), která vede podél Vltavy a je spojená s hlavním vstupem do zoo. Tuto variantu využilo dle výzkumu 1 % dotázaných.

Zoo Praha má výhodu, že leží v hlavním městě Praha, které je nejnavštěvovanější destinací v ČR. Podle CzechTourism (Ceskenoviny.cz, 2018) ročně zavítá do pražské zoo více než **1,44 milionu lidí** a díky tomu se umístila na třetím místě, za Pražským hradem a lanovkou na Petřín. Miliontého návštěvníka dosáhla zoo 19. srpna což je o více než 2 měsíce dříve než v roce 2015, kdy milióntý návštěvník přišel 27. října. Rok 2017 byl také výjimečný, protože zoologickou zahradu v tomto roce navštívil 18. dubna 60 milióntý návštěvník od vzniku zoo.

Samozřejmě, že existují faktory, které zoo nemůže ovlivnit, a přesto jsou pro ni jistou výhodou. Jedná se např. o počasí, které bylo celý rok příznivé pro návštěvu zoo. Dalším faktorem je lepší ekonomická situace v České republice. Významnou roli ve vysoké návštěvnosti hrál vyšší počet turistů přicházející do Prahy v roce 2017. Mezi další důvody, které napomohly vyšší návštěvnosti, je dostavba několika významných budov v areálu zoologické zahrady. Především dokončení restauračního zařízení Gaston. Rok 2017 byl velmi úspěšný v narození nových mláďat. Již v roce 2016 se narodila velmi atraktivní mláďata, která i v následujícím roce přivedly spousty návštěvníků. Jedná se především o

sloní a gorilí mládě. V roce 2017 se v zoo narodilo hned 5 mláďat geparda a jeden lachtan, kteří mají ale velkou oblibu v pražské zoo.

Na tabulce č.2 lze vidět celoroční návštěvnost podle jednotlivých měsíců a její porovnání s předchozími lety. Sezóna začala už s příchodem jara. V březnu a dubnu překonaly čísla rok 2016 i 2015. Největším rozdílem proti roku 2015 byl počet návštěvníků v měsících červenec a srpen, kdy rozdíl byl více než 50 000 tisíc lidí.

**Tabulka 2: Návštěvnost Zoo Praha**

| Měsíc/rok     | 2017             | 2016             | 2015             |
|---------------|------------------|------------------|------------------|
| Leden         | 25 451           | 32 518           | 34 356           |
| Únor          | 46 959           | 48 547           | 40 974           |
| Březen        | 110 340          | 97 600           | 104 092          |
| Duben         | 125 940          | 125 265          | 111 619          |
| Květen        | 168 521          | 182 843          | 165 689          |
| Červen        | 156 723          | 159 280          | 138 306          |
| Červenec      | 231 231          | 228 595          | 178 195          |
| Srpen         | 242 037          | 242 095          | 191 422          |
| Září          | 129 174          | 133 875          | 135 330          |
| Říjen         | 101 900          | 96 455           | 95 982           |
| Listopad      | 51 988           | 49 029           | 57 026           |
| Prosinec      | 54 862           | 52 251           | 65 391           |
| <b>Celkem</b> | <b>1 445 126</b> | <b>1 448 353</b> | <b>1 318 382</b> |

Zdroj (Zoopraha.cz, 2018)

### 3.2.4 Zoo Praha ve světě

V hodnocení světových zoologických zahrad na světě se umísťuje pražská zoo delší dobu vysoko v pořadí. V roce 2015 zaznamenala historický úspěch. Na portále Tripadvisor, který patří mezi jedny z nejnavštěvovanějších stránek, se umístila ZOO Praha na **čtvrtém místě** na celém světě. Před ní se umístily zoologické zahrady San Diego (USA), Puerta de La Cruz (Španělsko) a zoo v Singapuru. Může se proto pyšnit titulem druhé nejoblíbenější zoo v Evropě podle hodnocení lidí na portále Tripadvisor. Od roku 2017 se pražská zoo pravidelně umísťuje na 5. místě v oblíbenosti u uživatelů Tripadvisor. (Tripadvisor.cz, 2019)

Pražská zoo je známá svým dlouhodobým chovem koně převalského, jak je v práci uvedeno. Již od roku 1959 vede celosvětovou plemennou knihu tohoto zvířete. Díky tomuto chovu se vrátilo zpět do volné přírody už několik koní. Pražská zoo si tohoto úkazu velmi

váží, proto byl na dřívějším logu zoo od Michala Cihláře vyobrazen právě kůň převalského. V roce 2017 se úspěšně podařilo v chráněné oblasti Velká Gobi B v Mongolsku vypustit 4 klisny koně převalského. Koně byly vypuštěny do aklimatizační ohrady v Tachin talu. (Zoopraha.cz, 2019)

### 3.3 Konkurence pro Zoo Praha

#### 3.3.1 Konkurence

Po celé České republice se nachází 14 zoologických zahrad. Návštěva zoologických zahrad je v České republice velmi populární. CzechTourism vydal v roce 2017 dokument o nejvíce navštěvovaných turistických cílech v České republice. (Ttg.cz, 2018) V roce 2017 se do TOP30 navštívených míst umístilo 9 zoologických zahrad po celé České republice. Oproti roku 2015 je to o jednu zoologickou zahradu méně. Mezi nejvíce navštěvované zoo patří Praha, dále pak Zlín, Dvůr Králové, Ostrava, Plzeň, Liberec, Olomouc, Jihlava, Brno. Z žebříčku vypadla Hluboká nad Vltavou. Těchto 9 zahrad za rok 2017 navštívilo okolo 4,871 milionů návštěvníků. V porovnání s rokem 2016 se však jedná o 192 milionů méně.

Pouze ve dvou krajích ČR není žádná zoologická zahrada. Jedná se o kraj Karlovarský a Pardubický. V roce 2017 přišlo do pražské zoo více než 1 448 400 návštěvníků a druhou nejvíce navštěvovanou zoo je ta ve Zlíně, kterou vidělo více než 630 000 návštěvníků. Rozdíl prvního a druhého místa je tedy 800 000 návštěvníků. Tímto faktem Zoo Praha ukazuje v návštěvnosti jasnou dominanci nad ostatními zoo v České republice. Rozdíl mezi první pražskou zoo a devátou zoo v druhém největším městě Brno je dokonce přes milion lidí. Vliv na návštěvnost má dozajista umístění Zoo Prahy. Ta se nachází v turisticky nejnavštěvovanější oblasti republiky, kde je také zaznamenán vysoký zájem obyvatel Prahy a zbytku obyvatel celé České republiky. Praha tak v počtu návštěv v ČR nemá konkurenci.

Není proto divu, že zoo svádí těžký konkurenční boj o potenciální návštěvníky. Jasným příkladem je zde Zoo Liberec. Liberecká zoo je známá díky svým bílým tygrům, kteří jsou jediní v celé České republice a lze se s nimi setkat nejbližší v rakouském městečku Kernhof. Další zoo, která nabízí odlišné služby než má pražská, je Dvůr Králové. Zde je vytvořeno umělé safari. Je možné jet po areálu safari vlastním autem mezi živými zvířaty. Tento výjev napodobuje jejich přirozené prostředí, kde daná zvířata žijí. Pražská zoo na tento druh produktu nemá dostatečné prostory.

Při vytváření analýzy konkurenčních zoologických zahrad jsou posuzovány kategorie, které turistu mohou nejvíce ovlivnit. Porovnává se rozloha celé zoologické zahrady a cena vstupného (základní, zlevněné pro studenty a rodinná vstupenka). Dále jsou

v tabulce uvedeny počty druhů zvířat, kusů zvířat v zoo a počty jednotlivých pavilónů. V tabulce jsou pro srovnání zapsané první čtyři nejnavštěvovanější zoologické zahrady v ČR.

**Tabulka 3: Srovnání zoologických zahrad**

|              | Plocha (ha) | Počet zvířat | Počet druhů | Návštěvnost (tisíc) | Pavilóny | Cena     |      |              |
|--------------|-------------|--------------|-------------|---------------------|----------|----------|------|--------------|
|              |             |              |             |                     |          | Základní | Dítě | Rodinná(2+2) |
| Praha        | 58          | 5017         | 684         | 1445                | 12       | 200      | 150  | 600          |
| Zlín         | 50          | 1467         | 226         | 630                 | 6        | 150      | 100  | 450          |
| Ostrava      | 100         | 4075         | 417         | 507                 | 9        | 120      | 90   | xxx          |
| Dvůr Králové | 72          | 2489         | 331         | 518                 | 7        | 195      | 150  | 660          |

Zdroj: Vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019); (Zoozlin.cz, 2019) (Zoo-ostrava.cz, 2019); (Safaripark.cz, 2019)

Pražská zoo rozhodně nepatří mezi nejrozsáhlejší zoo v České republice. Její umístění v blízkosti zastavených ploch nedovoluje další plošné rozšiřování. Oproti tomu zoologická zahrada ve Dvoře Králové je umístěna na kraji města, tudíž je zde ideální příležitost k rozšiřování rozlehlého SAFARI. Přestože Zoo Praha má nejmenší plochu, žije zde **nejvyšší počet zvířat**. Pro turisty Zoo Praha nabízí možnost vidění mnoha různých zvířat na malém prostoru. To dává větší pravděpodobnost uspokojení vyššího počtu návštěvníků. Tato výhoda je ovšem zahrnuta do ceny vstupného, která je v Praze jasně vyšší než v dalších zahradách. Rozdíl ceny pro studenty mezi Zoo Praha a Zoo Ostrava je skoro dvojnásobný. Zoo Praha by dle autora měla nabízet vstupné pro **studenty za polovinu ceny** ze základního vstupného. Rodiny s dětmi patří mezi časté návštěvníky zoo, proto všechny uváděné zoo nabízejí rodinné vstupné, kromě zoo v Ostravě. Výhodou konkurenčních zoo oproti zoologické zahradě v Praze, je jejich nižší cena a velikost areálu, ovšem pražská zoo má v rámci nabízených služeb oproti dalším zoologickým zahradám jasnou konkurenční výhodu.

### 3.4 Ekonomická SWOT analýza

SWOT analýza Zoo Prahy je rozdělena na dvě protikladné části. První část analýzy vychází z **vnitřního pohledu**. Jedná se o zhodnocení silných (Strengths – S) a slabých stránek (Weaknesses – W). Tyto stránky jsou brány jako vše co může firma sama ovlivnit. Mezi to lze zapojit fyzické a přírodní podmínky, obyvatelstvo, ekonomiku firmy a další. Druhá část je ovlivněna **vnějším pohledem**, jmenovitě tedy příležitostmi (Opportunities – O) a hrozbami (Threats – T). U příležitostí a hrozeb má firma minimální možnost ovlivnit

situaci a musí se s tím pouze vypořádat. Je jsem řazeno rozšiřování dopravní sítě, programy pro rozvoj a další. Zpracováno podle (Janečková, a další, 2000 str. 180)

SWOT analýza je zaměřena na potenciální výnosy pro zoologickou zahradu.

**Tabulka 4: SW analýza pro Zoo Praha.**

| <b>Silné stránky (Strengths)</b>          | <b>Slabé stránky (Weaknesses)</b>     |
|-------------------------------------------|---------------------------------------|
| Upravenost areálu zoo                     | Osobní náklady                        |
| Chov atraktivního zvířete                 | Náklady na reklamu                    |
| Nabídka doprovodných služeb               | Nedostatek parkovacího místa          |
| Cena vstupného                            | Nedostatečné prostory pro rozšiřování |
| Reklama                                   | Vzdálenost od metra                   |
| Výhodné nabídky vstupného pro návštěvníky | Udržování kvality                     |
| Dárcovství a sponzoring                   | Vysoká konkurence v ČR                |
| Suvenýry                                  | Oslovování zahraničních turistů       |
| Vyrovňování rozdílů v sezónnosti          |                                       |
| Rozšiřování zoo                           |                                       |
| Jediné zastoupení v Praze                 |                                       |
| Známost zoo                               |                                       |
| Celosvětová ocenění                       |                                       |
| E-shop                                    |                                       |
| Investice do budoucnosti                  |                                       |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Z analýzy silných a slabých stránek je jasné vidět, že ovlivnění příjmů dokáže zoo ve velké míře sama. Velkou roli hraje úroveň zoologické zahrady. Návštěvníci se v areálu musí cítit příjemně a spokojeně, díky tomu navštíví zoo opakovaně. Velkou roli na to hraje vybavenost zoo. Pravidelně se proto snaží doplňovat lavičky a odpočívací místa pro pohodlí návštěvníků. Významnou silnou stránkou je nabídka zvířat. Zoologické zahrady jsou velmi oblíbenými místy pro menší děti. Zvířata jako taková neomrzí snad žádné dítě. Děti, studenti i dospělí navštěvují zoo i opakovaně každý rok. Pro zahraniční turisty je to tak ideální možnost ke strávení odpočinkového dne a mohou zde potěšit i své ratolesti.

Další silnou stránkou jsou jednotlivé **úspěchy zoologické zahrady** v chovu ohrožených druhů, jako je příkladně kuň převalského. Touto silnou stránkou vzniká pro turisty lákavá nabídka vidět tato atraktivní zvířata. Mezi další ohrožené druhy chované v Zoo Praha patří například: Medvěd lední, Kuň Převalského nebo Velemlok čínský. Podle

hodnocení uživatelů na TripAdvisor je Zoo Praha na **4. místě v žebříčku nejlepších zoo na světě** což je její nejlepší umístění. Tím získává velkou konkurenční výhodu na poli zoologických zahrad v ČR. Pravidelně se umísťuje mezi nejlepšími zoo v celosvětovém hodnocení. Může tak oslovit vícero lidí už jen ze zvědavosti. Pro zahraniční turisty je to ideální reklama, že v České republice je z hlediska cestovního ruchu další skvělá atraktivita.

Mezi další silné stránky zoo patří reklama. Zoologická zahrada každý rok vytváří nové chytlavé poutače se zajímavým a vtipným nápadem. Pro ukázkou lze vidět reklamu zoo na obrázku č.1 Patří mezi ně například: Rychlostní kampaň, Adoptujte mě atd. Zde by zoo neměla polevovat a v tomto stylu reklamy pokračovat.

Reklama č.1 je vytvořena z důvodu hledání firmy nebo osoby, která si adoptuje jeřába laločnatého. Na základě sponzorského daru, zoo získává nemalé částky pro potřeby chovu zvířat. Tuto reklamu provádí pravidelně a seznam sponzorů lze vidět u každého zvířete zvlášť.

Ve výčtu silných stránek jsou další věci pořádané programy krmení a cvičení zvířat, to vždy s komentáři ošetřovatelů. Tyto doprovodné programy probíhají každý den a liší se začátkem startu. Za veškeré dodatečné služby jsou návštěvníci ochotni zaplatit. Mohou tak krmit žirafy nebo setkat se s lachtany. Happy Mondays a další výhodné vstupenky do zoo patří mezi skvělý marketingový tah k nalákání návštěvníků ve dnech, kdy je zpravidla nízká návštěvnost. Turisté nezaplatí vysokou částku za vstupné, ale o to víc mohou utratit peníze v prostorách zoo.

Zoologická zahrada je také velmi flexibilní ve vytváření suvenýrů pro zájemce. V případě narození nových mláďat okamžitě vytváří tematická trička a plyšové hračky. Ty doplňují stálou nabídku. Zboží lze v současné době pořídit i přes internetový obchod.

Zoo Praha ve své reklamě má také několik slabých stránek. **Absence cizojazyčných billboardů** zamezuje oslovení zahraničních turistů na území České republiky. Turisté vidí česky psanou reklamu, ale nerozumějí textu, a tak se nedozví, že zoo je v hodnocení tak vysoko nebo nevědí o možnosti adopce zvířete.

Další slabou stránkou je nedostačující parkovací prostor. Zoo v případě vysoké poptávky řeší tento problém zvýšením poplatku za parkovné. Snaží se eliminovat množství aut, ale zároveň přichází o velmi atraktivní zdroj peněz. Lepší dopravní dostupnost do zoologické zahrady s využitím podzemní dráhy by mohla pomoci vyšší návštěvnosti a zvýšením výnosů zoo. Velký počet zoo v České republice a atraktivních zoo v okolních městech jako například Vídeň (mají pandy velké) způsobuje nižší návštěvnost, tím se snižují výnosy pro pražskou zoo.

Zoo Praha by se měla soustředit na odstranění zmíněných slabých stránek. Po jejich odstranění by návštěvnost, popularita a vnímání zoologické zahrady byla jistě vyšší. Návštěvníci ze zahraničí by byli při příjezdu osloveni chytlavou cizojazyčnou reklamou. Na základě toho mohou přinést další kapitál pro zoo.

Druhou částí SWOT analýzy je rozbor z vnějšího pohledu na prostředí zoo, které může částečně ovlivnit marketing Zoo Praha.

**Tabulka 5: OT analýza pro Zoo Praha.**

| <b>Příležitosti (Opportunities)</b>   | <b>Hrozby (Threats)</b>             |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Rostoucí zájem o cestování do ČR      | Záplavy                             |
| Rostoucí globální cestovní ruch       | Špatné počasí                       |
| Zvýšení ekonomické úrovně a mzdy v ČR | Hospodářská krize                   |
| Prodlužování letní sezóny             | Zvyšování mzdového ohodnocení       |
| Navazování nových partnerství         | Konkurenční zoologické zahrady      |
| Nové letiště v Praze                  | Vandalismus                         |
|                                       | Turisti stráví v Praze krátkou dobu |
|                                       | Terorismus                          |

**Zdroj: vlastní zpracování (2019)**

Jako příležitost pro zoo je navázání velmi lukrativního spojení s novým sponzorem nebo adoptivním rodičem, který by přinesl do zoo další kapitál.

Další příležitostí je **otevření dalšího letiště v Praze**, soustředěného na nízkonákladové společnosti. Turisté využívající tyto společnosti, přilétají většinou z důvodu poznávání města. Díky tomu by se mohl zvýšit i počet zahraničních lidí, které by navštívili zoo.

Zvyšování zájmu o Českou republiku bylo popsáno v předešlých kapitolách. Jedná se o příležitost i pro zoo k větším výnosům z důvodu většího počtu lidí, kteří tráví dovolenou v Praze nebo České republice. Zoologická zahrada je také velmi úspěšná ve vyrovnávání rozdílů v návštěvnosti mezi jednotlivými měsíci. Velmi tomu přispívá i prodlužování období, kdy jsou turisté ochotni cestovat.

Kontroverzní kolonkou je zvyšování průměrné mzdy v České republice, snižování nezaměstnanosti a velký finanční tlak zaměstnanců na zaměstnavatele. Jako příležitost je uveden větší počet potenciálních návštěvníků pocházejících z České republiky, kteří mají prostor utratit své volné prostředky za cestování, a tím může být i návštěva pražské

zoologické zahrady. Návštěvníci mají dost peněz nejen na vstupenky a dopravu do zoo, ale zároveň si mohou dovolit i stravovat se v zoo.

Mezi hrozby pro zoo patří vandalismus v areálu. Vzniká tak nebezpečí, že veškerá snaha a vložené peníze do zatraktivnění budou ztraceny. S tímto tématem také vzniká neustálá hrozba zvyšujících se nákladů na opravy po vandalech.

Hrozbou pro návštěvnost Zoo Praha je krátká doba pobytu turistů v Praze. Turisté nemají povětšinou dostatečný čas k navštívení zoo, jelikož je tato atrakce časově velmi náročná. S tím souvisí nízká reklama v zahraničí. Lidé přilétající do Prahy nepočítají s návštěvou zoo, plánují navštívit hlavní atrakce jako například Pražský hrad, Karlův most a další.

Současným problémem je také hrozba terorismu v Evropě a tím vznikající nejistota cestovat do míst, kde se shlukuje velký počet lidí s minimální kontrolou. Toto platí i pro Zoo Praha, kdy hlavně v letních měsících do zoo míří přeplněné autobusy a koncentrace lidí v areálu je opravdu vysoká. Všechny tyto hrozby přispívají k menší návštěvnosti zoo a tím menším výnosům za prodané vstupenky a dalším výnosům plynoucím z návštěvníků.

U příležitostí a hrozeb je nevýhoda, že je nelze přímo ovlivnit. Hrozby se dají jediné předejít. Lze tedy například investovat do zlepšení bezpečnostního systému, který by odhaloval nebezpečné lidi u vstupu do zoo.



## 4 Výsledky práce

### 4.1 Ekonomické výsledky Zoo Praha za rok 2017

Rok 2017 byl pro zoologickou zahradu velmi úspěšný. Velkou roli u této atraktivity hraje počasí, které bylo v tomto roce příznivé. V tabulce č.6 která je uvedena níže je zřejmé, že v roce 2017 navštívilo Zoo Praha celkem 1 445 126 návštěvníků, a bylo tak dosaženo historicky druhé nejvyšší návštěvnosti. Největší návštěvnost byla v roce 2016, kdy zoologickou zahradu navštívilo o 3 227 víc návštěvníků než v roce 2017. Oproti roku 2015 se jedná ale o velký skok, protože v tomto roce byla návštěvnost menší o více než 125 tisíc než v roce 2017.

**Tabulka 6: Rozdíl v roční návštěvnosti zoo**

| 2017 vers.<br>2016 | 2017 vers.<br>2015 | 2017 vers.<br>2014 | 2017 vers.<br>2013 | 2017 vers.<br>2012 | 2017 vers.<br>2011 | 2017 vers.<br>2010 |
|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| -3 227             | 126 744            | 62 883             | 330 035            | 159 578            | 73 329             | 259 806            |

Zdroj: (Zoopraha.cz, 2019)

### 4.2 Zhodnocení hospodářského výsledku za rok 2017

#### 4.2.1 Náklady za rok 2017

Celkové náklady přesáhly v roce 2017 částku 414 903 tis. Kč a oproti roku 2016 byly tyto náklady o 28 859 tis. Kč vyšší. Přesto zoo vykázala kladný hospodářský výsledek a i v roce 2017 měla čistý zisk v černých číslech. Zisk za rok 2017 činil 31 774 tis. Kč. Kromě finančních nákladů rostly ostatní náklady ve všech kategoriích. Největší rozdíl lze vidět u osobních nákladů. Tento druh nákladů vzrostl o 10 607,3 tis. Kč.

Náklady v zoologické zahradě jsou rozdělené podle její ekonomické činnosti na náklady z hlavní činnosti a doplňkové činnosti. Hlavní činnost je pro zoologickou zahradu vedení samotné zoo. Hlavní činnost přináší největší výnos, ale zároveň s sebou nese největší náklady. Celkové náklady za hlavní činnost byly v roce 2017 dohromady přes 361 752 tis. Kč. Suma odpovídá vynaloženým peněžním prostředkům převážně na chod celé zoologické zahrady a její personální zastoupení. Osobní náklady také obsahují velkou položku ze všech nákladů. Částkou 132 711 tis. Kč zaujímá třetinový podíl na celkových nákladech. Důvodem rostoucích osobních nákladů je nízká nezaměstnanost, a tím složitější a náročnější zajištění pracovníků. Oproti předcházejícímu roku byl začátkem roku 2017 plánován nárůst mzdových nákladů o 4 500 tis. Kč. Dále byl zvýšen počet zaměstnanců zoologické zahrady z 211 na 214. Celkem bylo vyplaceno pouze na mzdy 62 281 tis. Kč. Zbylá výše osobních

nákladů byla plánována pro potřeby fondu odměn a pro případnou kompenzaci překročení limitů mzdových prostředků. Další výraznou položkou v hlavní činnosti jsou náklady na krmivo (25 742 tis. Kč), energie (30 626 tis. Kč), ostatní spotřební materiál (22 813 tis. Kč).

Doplňková činnost zoologické zahrady pro potřeby diplomové práce je velmi důležitá, její výše snižuje celkový hospodářský výsledek. Celkové náklady na doplňkovou činnost činily 53 151 tis. Kč. Jedná se tak o nárůst o 6000 tis, oproti roku 2016. Růst nákladů byl pokryt růstem výnosů a také vyššími výdaji na provoz zoologické zahrady. Mezi nákladné položky doplňkové činnosti patří osobní náklady a náklady na prodané zboží (16 050 tis. Kč.). Všechny náklady jsou vidět v tabulkách č.7 a č.8. Zpracováno podle (Zoopraha.cz, 2019)

**Tabulka 7: Náklady Zoo Praha - Hlavní činnost (v tisících Kč)**

| <b>NÁKLADY – HLAVNÍ ČINNOST</b>               |                |
|-----------------------------------------------|----------------|
| <b>Celkem</b>                                 | <b>361 752</b> |
| drobný dlouhodobý majetek                     | 5 993          |
| krmivo (včetně krmiva hrazeného z dotací MŽP) | 25 742         |
| ostatní spotřební materiál                    | 22 813         |
| spotřeba energie                              | 30 626         |
| prodané zboží                                 | 202            |
| opravy a údržba                               | 29 205         |
| cestovné                                      | 3 578          |
| služby spojů                                  | 1 504          |
| ostatní služby                                | 29 125         |
| osobní náklady                                | 132 711        |
| odpisy                                        | 58 665         |
| daně a poplatky (bez daně z příjmu)           | 314            |
| ostatní náklady                               | 21 274         |

**Zdroj: vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019)**

**Tabulka 8: Náklady Zoo Praha - Vedlejší činnost (v tisících Kč)**

| <b>NÁKLADY – DOPLŇKOVÁ ČINNOST</b> |               |
|------------------------------------|---------------|
| <b>Celkem</b>                      | <b>53 151</b> |
| spotřeba materiálu                 | 679           |
| spotřeba energie                   | 1 929         |
| prodané zboží                      | 16 050        |
| opravy a údržba                    | 374           |

|                 |        |
|-----------------|--------|
| ostatní služby  | 2 097  |
| osobní náklady  | 23 155 |
| ostatní náklady | 1 606  |
| daň z příjmů    | 7 262  |

**Zdroj: vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019)**

#### 4.2.2 Výnosy za rok 2017

Vývoj výnosů za rok 2017 korespondoval s vývojem nákladů v témže roce. Celkové výnosy za rok činily 446 677 tis. Kč. Tato částka je v porovnání s rokem 2016 vyšší o 6,3 % (28 377 tis. Kč). Zoo člení své výnosy do třech hlavních kategorií, konkrétně: doplňková činnost a dvě hlavní činnosti. První kategorie výnosů z hlavní činnosti je běžný provoz zoologické zahrady, a to jak si zoo na sebe vydělává. Zoologická zahrada hl. m. Praha je příspěvková organizace, takže druhá a velmi významná kategorie jsou dotace. Tento příspěvek činí celkem 110 962 tis. Kč je převážně tvořena od zřizovatele. Kterým je hlavní město Praha. Celkem Praha přispěla částkou 107 123 tis. Kč. Během roku se částka zvyšovala z důvodu příspěvku pro transport koně převalského do Mongolska, zvýšení osobních nákladů a podpory projektů na záchranu ohrožených druhů. Ministerstvo životního prostředí bylo druhou institucí, která přispěla na fungování zoologické zahrady. Celkem pomohla částkou 3 839 tis. Kč. Tyto prostředky byly použity primárně na pokrytí nákladů na krmiva, uhrazení nákladů pro potřeby vydání plemenných knih a vydání publikace Ročenka zoologických zahrad.

Dotace na provoz zoologické zahrady tvoří přibližně 25 % z veškerých výnosů. Oproti tomu hlavní činnost z provozu se podílí na celkových výnosech více než 56 %, v celkové částce 250 789 tis. Kč. Přestože v roce 2017 byla návštěvnost nižší o 3 227 návštěvníků, výnosy za vstupné oproti roku 2016 rostly. Jedná se o hlavní příjem zoologické zahrady, který je nesmírně důležitý pro fungování celé zoologické zahrady. Celková výše výnosů z prodeje vstupenek byla 206 109 tis. Kč. Tato hodnota představuje 82,1 % z provozní hlavní činnosti a 46,1 % na celkových výnosech v roce 2017. Oproti roku 2016 bylo zde navýšení výnosů za vstupné o 2 670 tis. Kč. Důvodem pro růst výnosů této kategorie bylo jiné složení návštěvníků, více prodaných vstupenek dospělé osobě než dětem/studentům. Další významnou položkou jsou jiné výnosy, kam se řadí především sbírky a čerpání fondů. Tato položka se vyšplhala na částku 32 327 tis. Kč. Zoologická zahrada obdržela dary na konkrétní využití, které přijala v částce 7 486 tis. Kč. Částka byla vyšší oproti minulému roku o 4 tis. Kč.

Doplňková činnost rozhodně není zanedbatelná pro hospodaření zoologické zahrady. V roce 2017 dosáhla výše výnosů z doplňkové činnosti 84 925 tisíc Kč. Tento výnos se skládá z tří hlavních a dvou kategorií výnosů doplňkové činnosti. První činností, jsou výnosy z prodaného zboží. Jedná se o prodej suvenýrů a reklamních předmětů. Tyto předměty se prodávají vždy s aktuální tematikou zoo. V roce 2017 si mohli návštěvníci pořídit gepardí plyšové hračky k oslavě narození paterčat nebo trička s narozeným lachtanem. Prodej suvenýrů byl také zaměřen na přepravu koně převalského nebo ke křtu tygřích mláďat. Celkem návštěvníci utratili v prodejnách zoo a na e-shopu 27 711 tis. Kč. Další významnou položkou v doplňkové činnosti zoo jsou výnosy. Za pronájem gastrostánků a restaurací, za pronájem se vybralo 21 660 tis. Kč. Poslední položkou, která přesáhla výnos 21 tisíc Kč, byly výnosy za parkovné. Veškeré výše zmíněné výnosy, včetně všech ostatních lze vidět za hlavní činnost a doplňkovou lze vidět v následující tabulce. Zpracováno podle (Zoopraha.cz, 2019)

Hospodaření Zoo Praha v roce 2017

(v tisících Kč)

**Tabulka 9: Výnosy Zoo Praha – Hlavní činnost (v tisících Kč)**

| <b>VÝNOSY – HLAVNÍ ČINNOST</b> |                |
|--------------------------------|----------------|
| <b>Celkem</b>                  | <b>250 789</b> |
| vstupné                        | 206 109        |
| tržby za přepravu              | 45             |
| průvodcovské služby            | 2 568          |
| ostatní prodej služeb          | 1 692          |
| prodej zboží                   | 561            |
| konkrétně určené dary          | 7 486          |
| jiné výnosy                    | 32 327         |

Zdroj: Vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019)

**Tabulka 10: Výnosy Zoo Praha – Hlavní činnost dotace (v tisících Kč)**

| <b>DOTACE – HLAVNÍ ČINNOST</b> |                |
|--------------------------------|----------------|
| <b>Celkem čerpané dotace</b>   | <b>110 962</b> |
| příspěvek zřizovatele          | 107 123        |
| státní dotace (MŽP)            | 3 839          |
| ostatní dotace (OPPK)          | 0              |

Zdroj: Vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019)

**Tabulka 11: Výnosy Zoo Praha – vedlejší činnost (v tisících Kč)**

| <b>VÝNOSY – DOPLŇKOVÁ ČINNOST</b> |  |
|-----------------------------------|--|
|-----------------------------------|--|

|                         |               |
|-------------------------|---------------|
| <b>Celkem</b>           | <b>84 925</b> |
| prodané zboží           | 27 711        |
| pronájmy                | 21 660        |
| parkoviště              | 21 226        |
| reklama                 | 12 668        |
| ostatní služby a výnosy | 1 660         |

**Zdroj: Vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019)**

#### 4.2.3 Souhrn hospodářského výsledku

Jak již bylo zmíněno zoologická zahrada je příspěvková organizace hl. m. Prahy. Přesto si dokáže více než 75% potřebných finančních prostředků vydělat sama. Hlavními příjmy zoo je vstupné, prodej suvenýrů a další aktivity. Celkové hospodaření zoo je v roce 2017 kladných čísel. Lze to vidět v tabulce č. č.12.

**Tabulka 12: Hospodářský výsledek za rok 2017 (tis. Kč)**

| <b>HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK ZA ROK 2017</b>  |               |
|------------------------------------------|---------------|
| Výnosy zoo celkem                        | 446 677       |
| Náklady zoo celkem                       | 414 903       |
| <b>Hospodářský výsledek (po zdanění)</b> | <b>31 774</b> |

**Zdroj: Vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019)**

Zoo uzavřela rok 2017 se ziskem 31 774 tisíc Kč. Dle návrhu a podle zákona byly peníze rozděleny do rezervního fondu (10 372,5 tis. Kč) a do fondu odměn (21 405,5 tis. Kč). Pro zoologickou zahradu je to velmi dobrý výsledek hospodaření v roce 2017. Důležitým faktorem, proč zoo získala tak dobrý hospodářský výsledek, je částečná soběstačnost společnosti. Zoologická zahrada stále vylepšuje a zatraktivňuje své služby. Další velkou příležitostí pro budoucnost zoo jsou velké investice do nových staveb a prostorů pro zvířata. Do budoucna se lze těšit na nový pavilón goril, ledních medvědů a na nový výběh pro koně převalského, který byl dlouhou dobu symbolem pražské zoo.

#### 4.2.4 Ekonomický přínos návštěvníka

Návštěvník zoologické zahrady přináší největší výnosy do pokladny zoo. Proto je velmi důležité, když vstoupí do zoologické zahrady mu umožnit strávit skvělý čas a také utratit co nejvíc peněz. Hned při vstupu do zoo, musí zaplatit za lístky do zoo. Následuje možnost zaplatit si průvodce, který mu ukáže a popíše podrobněji chov zvířat a celou zoo. Návštěvník zde stráví několik hodin. Za tu dobu má možnost občerstvit se v místních restauracích a gastrostáncích. Pro děti jsou zde připraveny obchody se suvenýry, odkud si

mohou přinést plyšová zvířata nebo jinou památku na návštěvu. Dále tu jsou připraveny interaktivní činnosti, jako výroba papíru nebo jízda vláčkem. Všechny tyto činnosti přináší žádoucí výnosy, které jsou důležitým zdrojem pro ekonomický přínos zoo v regionu. Výnosy jsou tvořené kapitálem jak od tuzemských tak i zahraničních návštěvníků. V kapitole 4.2.2 jsou uvedeny veškeré výnosy, které zoo obdržela za rok 2017 za všechny její činnosti. V tabulce č.12 která je uvedena níže, je shrnut výběr výnosů, které jsou přičteny přímo k návštěvníkovi zoologické zahrady.

**Tabulka 13: Výnosy Zoo Praha od návštěvníků zoo (tis. Kč)**

| <b>Útrata zákazníku v zoo</b>                  |                |
|------------------------------------------------|----------------|
| <b>Hlavní činnost</b>                          |                |
| vstupné                                        | 206 109        |
| tržby za přepravu                              | 45             |
| průvodcovské služby                            | 2 568          |
| ostatní prodej služeb (pouze ubytovací služby) | 167            |
| prodej zboží (plánky/předplatné časopisu)      | 561            |
| <b>Doplňková činnost</b>                       |                |
| prodané zboží (suvenýry)                       | 27 711         |
| parkoviště                                     | 21 226         |
| ostatní služby a výnosy                        | 1 660          |
| <b>Celkem</b>                                  | <b>260 047</b> |

**Zdroj: vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019)**

Celková útrata všech návštěvníků zoo za rok 2017 činila 260 047 tis. Kč. Největší podíl na tom má výběr za vstupné do zoo a to částkou 206 109 tis. Kč. Poté prodej suvenýrů a výběr peněz za parkovné. Položka „Ostatní prodej služeb“ z hlavní činnosti byla upravena. Větší část tvořil příspěvek z Ministerstva životního prostředí, proto ve skutečnosti útrata návštěvníků činila pouze 167 tis. Kč. Tato částka byla za ubytování turistů v zoologické zahradě. Zbylé prostředky byly z příspěvků ministerstva

Náklady na zoologickou zahradu jsou v tomto případě stále stejné a to celkem 414 903 tis. Kč. Nelze zde vymazat žádné náklady, jelikož jsou nezbytné k provozu zoo. Bylo by možné odečíst náklady na údržbu reklamních ploch nebo menšího počtu zaměstnanců pro zpracování dotací a darů. Ale tato částka by neovlivnila výsledek, proto na ní není brán ohled.

V tabulce č.13 lze vidět průměrnou útratu jednoho turistu při návštěvě zoologické zahrady v roce 2017. Tato částka zahrnuje pouze výsledky z výroční zprávy

zoologické zahrady a nejedná se o celkovou útratu. Celkový přínos je podrobněji rozebrán v dalších kapitolách.

**Tabulka 14: Průměrný výnosy Zoo Praha na jednoho návštěvníka**

|                                        |                |
|----------------------------------------|----------------|
| Útrata zákazníku                       | 260 047 000 Kč |
| Počet návštěvníků                      | 1 445 126 osob |
| Průměrná útrata na jednoho návštěvníka | 180 Kč         |

**Zdroj: vlastní zpracování podle:** (Zoopraha.cz, 2019)

Při návštěvě zoologické zahrady průměrně návštěvníci utratili 180 Kč za osobu. Jsou zde zahrnuti děti, které mají zlevněné vstupné (150Kč), ale i velmi oblíbené akce na zlevněné vstupné, jako je např. Happy mondays, kterou zoo celoročně provozovala. Akce Happy mondays v sobě zahrnuje slevu, kdy za zvýhodněnou cenu (50 Kč) umožňuje vstup dětem/studentům/důchodcům a osobám ZTP,ZTP/P,TP za 1 Kč. (Zoopraha.cz, 2016)

Výše zmíněná kalkulace útraty jednoho návštěvníka je při bližším průzkumu nedostatečná. Původní kalkulace v sobě nezahrnuje významnou nákladovou položku, jakou je doprava do zoo. Ve výnosech je uvedena a zahrnuta položka parkoviště. Tato položka ale zahrnuje pouze turisty, kteří přijeli do zoo vlastním autem nebo autobusem. Turisté ze zahraničí, kteří objevují krásy Prahy, cestují převážně městskou hromadnou dopravou. To samé platí pro obyvatele Prahy ale i pro návštěvníky, kteří přijeli do Prahy vlakem/autobusem. Druhou významnou položkou, která chybí v původní kalkulaci, je útrata za stravování. Ve výnosech zoo uvedeny pouze výnosy z pronájmu stánků. Tento výnos se týká ale výnosu pro zoologickou zahradu. Jedním z cílů diplomové práce je zjistit, jakou průměrnou útratu má jednotlivý návštěvník v zoo, a tím zjistit, jaký je jeho ekonomický přínos. Proto je důležité zahrnout do kalkulace i útratu za stravování, která je nedílnou součástí nákladů průměrného turisty.

Po výpočtu výnosů návštěvníka ze sekundárních zdrojů je v tabulce č.14 ještě vypočítán náklady na jednu osobu v roce 2017.

**Tabulka 15: Celkové náklady na jednoho návštěvníka**

|                                       |                |
|---------------------------------------|----------------|
| Celkové náklady Zoo Praha za rok 2017 | 414 903 000 Kč |
| Počet návštěvníků                     | 1 445 126 osob |
| Náklady na jednoho návštěvníka        | 288 Kč         |

**Zdroj: vlastní zpracování podle:** (Zoopraha.cz, 2019)

Výsledek výpočtu nákladu na jednoho návštěvníka zoo je 288 Kč, Pokud je tento výsledek porovnán s hodnotou výnosu z jednotlivého návštěvníka zoo, což je 180 Kč., je zřejmé, že zoo není schopna fungovat samostatně a tím pádem není finančně soběstačná. Rozdíl je vidět v tabulce č.16 a č.17

**Tabulka 16: Průměrný zisk z výnosů jednoho návštěvníka**

|                                        |          |
|----------------------------------------|----------|
| Průměrná útrata na jednoho návštěvníka | 180 Kč   |
| Náklady na jednoho návštěvníka         | 288 Kč   |
| Výsledek                               | - 108 Kč |

Zdroj: vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019)

**Tabulka 17: Průměrný zisk z výnosů roční návštěvnosti**

|                  |                  |
|------------------|------------------|
| Útrata zákazníku | 260 047 000 Kč   |
| Náklady          | 414 903 000 Kč   |
| Výsledek         | - 154 856 000 Kč |

Zdroj: vlastní zpracování podle: (Zoopraha.cz, 2019)

Zoo není schopna pokrýt všechny svoje náklady za kalendářní rok, pokud by jejím příjmem, byly pouze příjmy od návštěvníků. Za rok 2017 by zoo vykázala ztrátu 154 856 tis. Kč. Pokud by se ovšem zvýšil průměrný příjem zoo z jednoho návštěvníka o více než o 108 Kč na osobu, byla by zoo soběstačná. Jelikož tomu tak nebylo, příspěvky od Hlavního města Prahy, Ministerstva životního prostředí a další z dalších podnikatelských činností jako je pronájem reklamní plochy, stánků Sloužily k bezproblémovému financování a chodu celé zoo. Tyto příspěvky také sloužily ke zvelebování zoo, jejímu neustálému udržování a zatraktivňování pro návštěvníky a k záchraně a chovu velkého počtu zvířat a rostlin, které mohou návštěvníci vidět.

### 4.3 Výsledky primárního výzkumu přínosu ze zoo

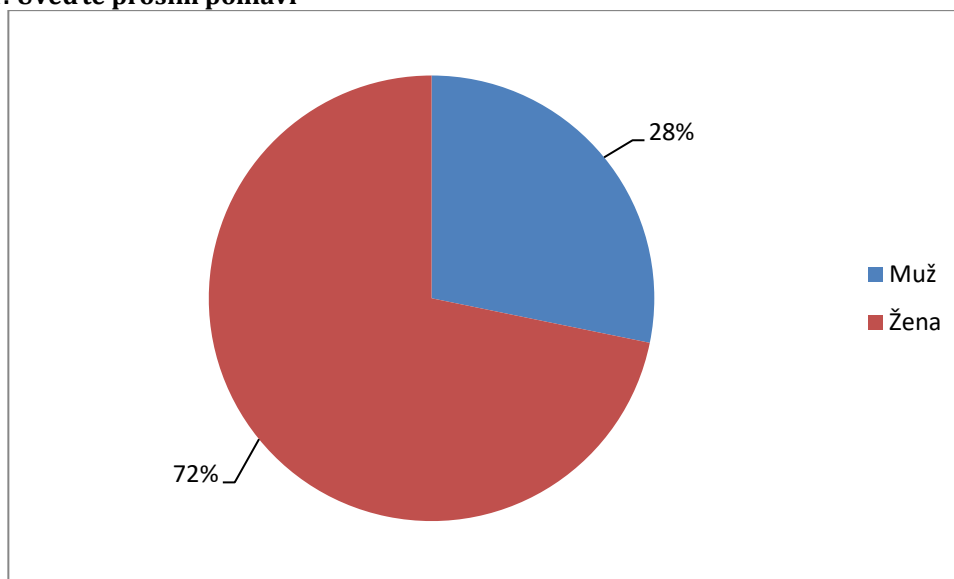
Primární výzkum byl prováděn formou dotazníků. Dotazníkové šetření poskytlo odpovědi na otázky dodatečných výdajů návštěvníků, které nebyly zaznamenány ve výroční zprávě. Jednalo se o tyto sekce: základní charakteristika respondenta; délka a výdaje za pobytu návštěvníka v Praze, během návštěvy zoologické zahrady; způsob dopravy do zoo; výdaje za dopravu vynaložené pro návštěvu zoo; nákup vstupenky; dodatečné výdaje během návštěvy zoo (suvenýry, lanovka). Poslední část byla zaměřena na výdaje za občerstvení v zoologické zahradě i mimo ni. Výsledky z dotazníkového šetření jsou graficky zpracovány a popsány v následujících kapitolách.

#### 4.3.1 Respondent

Dotazník byl prováděn v jarních měsících, kdy slunečné počasí umožnilo lepší podmínky pro návštěvu zoologické zahrady. Dotazníkové šetření probíhalo elektronicky a osobním dotazováním v blízkosti zoologické zahrady. Dotazník vyplnilo celkově 237 respondentů, z čehož 66 bylo mužů a 168 žen. Na grafu č.4 lze vidět srovnání respondentů v rámci pohlaví.



**Graf 4: Uved'te prosím pohlaví**

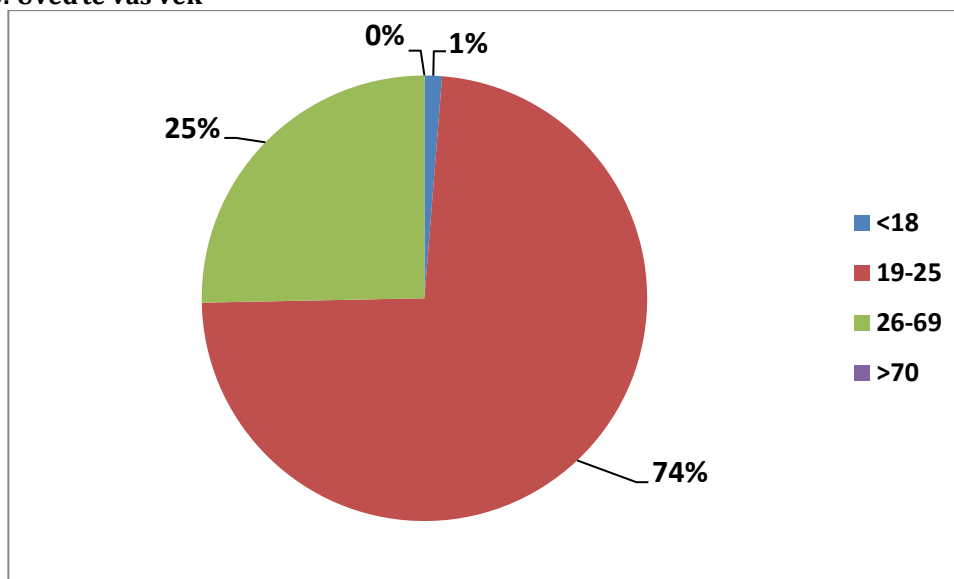


**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Druhá otázka cílila na věk respondentů. Na výběr byly 4 kategorie: pod 18 let, 18-26, 27-69, nad 70 let. Důvod pro rozdělení do těchto kapitol je primárně zjištění nákupů vstupenek do zoo. Respondenti do 18 let mají snížené vstupné, ale zároveň nebývají plátcí dodatečných služeb, protože zoo navštěvují se svými rodiči nebo staršími sourozenci. Druhou kategorií 19-25 let jsou osoby, které mohou mít stále studentskou kartu a tím snížené vstupné jako mládež do 18 let, ale výdaje za dodatečné služby v zoologické zahradě už si většinou platí sami. Třetí kategorií byli dospělí 26-69. Během osobního dotazování tito respondenti odpovídali za celou rodinu/skupinu proto je ve výsledcích nižší počet zúčastněných v kategoriích 18 let nebo i starších nad 70 let. Právě kategorie starších nad 70 let je poslední kategorií. Dotazníkového šetření se však nezúčastnil žádný důchodce, z důvodů, které byly výše uvedeny.

Jak již bylo zmíněno, největší podíl respondentů převažoval v kategorii 19-25 let. Díky elektronickému dotazování přes sociální sítě a ochotě vyplnit při osobním dotazování větší počet dotazníků než pouze jeden dotazník za jednoho ve skupině se zúčastnilo 174 lidí ve věku 19-25 let, což představovalo dohromady 74 % ze všech dotazovaných. Na druhém místě byly dospělé osoby, kterých bylo dohromady 60 %, což představovalo čtvrtinu ze všech dotazovaných. Dalšími účastníky výzkumu byly 3 osoby mladší 18 let (1 %). Dotazník nevyplnil nikdo z kategorie 70let a výš. Vzhledem k věku této kategorie je tento výsledek očekávaný.

Graf 5: Uveďte váš věk



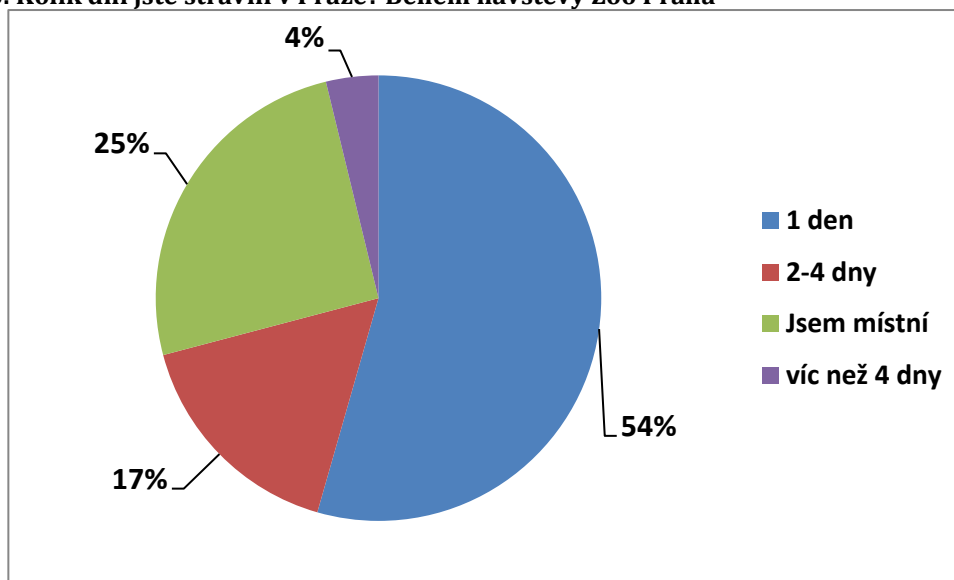
Zdroj: Vlastní zpracování (2019)

#### 4.3.2 Pobyty v Praze

Druhá část dotazníku se zaměřovala na délku pobytu respondentů v Praze. Důvodem této části dotazníku, bylo zjištění výdajů za ubytování. Návštěva zoologické zahrady bývá pravidelně celodenní záležitostí turistů. Díky své velikosti, atraktivnosti a nabídce trávení volného času není problém pobýt v zoo celý jeden den. Pro turisty směřující do Prahy na delší dobu znamená návštěva zoologické zahrady jeden extra den navíc strávený v Praze. Tím přináší do české ekonomiky další zahraniční kapitál a podporují podniky v Praze v jejich činnosti. V první otázce se autor zaměřil na dobu strávenou v Praze během jejich návštěvy v Zoo Praha. Z výsledků je zřejmé, že největší procento respondentů cestovalo do Prahy právě kvůli návštěvě zoologické zahrady a byl to jejich plán ji navštívit. Dohromady 129 respondentů pobýlo v Praze pouze jeden den, což představuje 54 % ze všech odpovědí. Druhou nejčastěji odpovídající skupinou byli místní obyvatelé z Prahy. Celkem představovali 60 respondentů (25 %). Důležitým rozdílem mezi těmito dvěma skupinami je rozdíl ve vynaložených prostředcích za dopravu. První skupina musela vydat peníze za dopravu na území Prahy, oproti druhé skupině, která zde již pobývá, takže jediným výdajem za dopravu z místa bydlení do zoo po Praze. To bude vyjádřeno v následující části. Třetí nejpočetnější skupinou respondentů jsou turisté, kteří strávili v Praze 2-4 dny. Celkem jich bylo 39, což představuje 17 %. Jedná se o turisty, kteří vynaložili další prostředky na ubytování v Praze. Tímto faktem vzniká pro Prahu ekonomický přínos z těchto turistů a ne pouze z návštěvy zoologické zahrady, ale také z dalších doplňkových služeb, které museli využít pro jejich pobyt v Praze. jedná se o výdaje za ubytování, návštěvu restaurací, prohlídku Prahy, nákup suvenýrů a další výdaje. Autora však zajímaly výdaje pouze za

konkrétní den, který se pojil s návštěvou zoo. Přínos zoologické zahrady pro region je však mnohem větší. Nejmenší počet respondentů představovali turisté, kteří strávili v Praze více než 4 dny. Jedná se o 9 osob (4 %) Toto číslo je pochopitelné, jelikož přesahuje i průměrný pobyt strávený během návštěvy Prahy.

**Graf 6: Kolik dní jste strávili v Praze? Během návštěvy Zoo Praha**

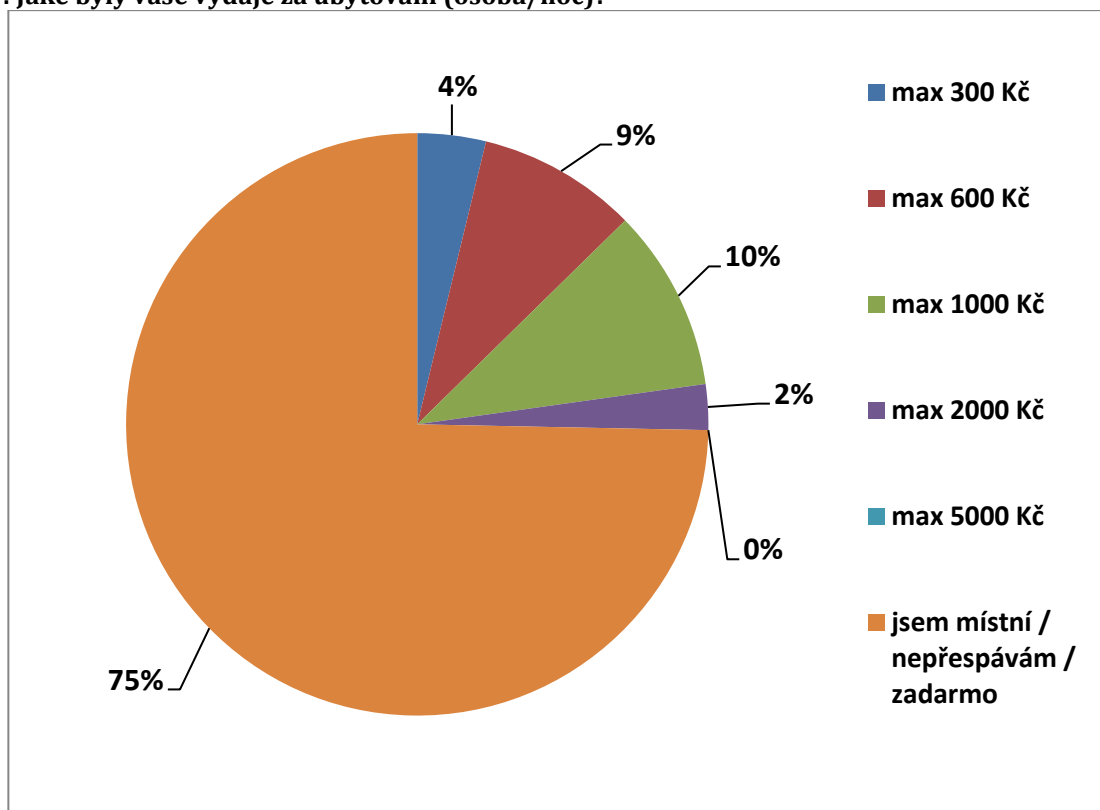


**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Čtvrtá otázka byla zaměřena na výdaje za ubytování respondentů. Autor zjišťoval částku, která byla vynaložena na jednu noc v místním ubytovacím zařízení v Praze. Není zde zahrnuto, jestli se jednalo o ubytování v jednolůžkovém pokoji, vícelůžkovém pokoji nebo v jiných ubytovacích zařízeních, popřípadě vlastním ubytovacím zařízením (stan, karavan), ale kolik respondenta vyšla za jednu noc, kterou zde museli zaplatit, aby mohli jít do zoo. Žádný z dotázaných nevydal za ubytování více než 2000 Kč. Tento parametr splňují pouze pětihvězdičkové hotely nebo jiné luxusní ubytování. Nejvíce respondentů, konkrétně 24 (10 %), přespávalo v hromadných ubytovacích zařízeních, kde jejich částka nepřesáhla 1000 Kč za noc. Druhou nejpočetnější skupinou přespávajících byli turisté, kteří utratili za ubytování do 600 Kč. Celkem se jedná o 21 osob (9 %). Dále pak průzkum ukázal 9 respondentů, kteří utratili méně než 300 Kč za noc na jednu osobu. Nejmenší skupinou s celkovým počtem 6 lidí je kategorie do max. 2000Kč za osobu na noc.

Nejpočetnější skupinou jsou však respondenti, kteří neutratili vůbec nic. Jedná se především o návštěvníky zoologické zahrady, kteří pochází přímo z hlavního města Prahy nebo přijeli za účelem návštěvy zoo z jiných měst a strávili zde pouze jeden den. Po návštěvě zoo cestovali opět zpátky domů nebo do jiného města. Nepřespávali zde. Jedná se o 177 respondentů, což představuje 75 % z celkového počtu.

**Graf 7: Jaké byly vaše výdaje za ubytování (osoba/noc)?**



**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Kalkulaci přínosu zoologické zahrady pro ekonomiku Hlavního města Prahy lze vypočítat na základě procentuálního rozdělení respondentů s celkovou návštěvností zoologické zahrady. Na tabulce č.17 lze vidět, jaká byla celková útrata 237 respondentů. Jako částka pro výpočet je vždy brána maximální hranice. Respondenti, většinou podhodnocují skutečné výdaje, proto autor bere maximální hranici.

**Tabulka 18: Průměrná útrata za ubytování na jednoho návštěvníka**

| Maximální hranice celkové útraty respondenta (v Kč) | Četnost odpovědí (v %) | Počet respondentů | Přínos (v Kč) |
|-----------------------------------------------------|------------------------|-------------------|---------------|
| 0                                                   | 74,7                   | 177               | 0             |
| 300                                                 | 3,8                    | 9                 | 2 700         |
| 600                                                 | 8,9                    | 21                | 12 600        |
| 1 000                                               | 10,1                   | 24                | 24 000        |
| 2 000                                               | 2,5                    | 6                 | 12 000        |
| 5 000                                               | 0,0                    | 0                 | 0             |
| <b>Celkem</b>                                       | <b>100,0</b>           | <b>237</b>        | <b>51 300</b> |
| Přepočet na jednoho respondenta                     |                        | 237               | 216           |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Z tabulky č.18 vychází, že vzorek respondentů, který představoval 237 osob, utratilo celkem 51 300 Kč za ubytování. V tomto případě se jedná o pouze jednu noc. Další noci nebo výdaje, které utratili navíc, nejsou započítané ve výsledcích, jelikož to nebyl hlavní důvod prodlužování pobytu v Praze. V průměru na jednoho návštěvníka z 237 osob jsou výdaje na ubytování za jednu noc 216 Kč za osobu.

Dotazníkovým šetřením bylo získáno procentuální zastoupení jednotlivých respondentů v kategoriích maximální útraty za ubytování. Toto procentuální zastoupení lze modelově aplikovat na celkovou roční návštěvnost zoo, a tím získat údaje o sumě vynaložených prostředků na ubytování všech návštěvníků, a to za jeden rok. Následující tabulka obsahuje právě tyto výše zmíněné informace. Obsahuje údaje o počtech návštěvníků v jednotlivých kategoriích vypočtené poměrem z celkové roční návštěvnosti zoo a následně na to udává informace o dílčím a souhrnném ekonomickém přínosu pro hromadné ubytovací zařízení v Praze. Řečeno v konkrétních číslech, za rok 2017 navštívilo zoo 1 445 126 návštěvníků, z toho 1 079 509 nebylo ubytovaných, a zbylých 365 617 se ubytovalo v Praze.

**Tabulka 19: Celková útrata za ubytování na roční návštěvnost**

| Maximální hranice celkové útraty respondenta (v Kč) | Četnost odpovědí (v %) | Počet návštěvníků | Přínos (v Kč)      |
|-----------------------------------------------------|------------------------|-------------------|--------------------|
| 0                                                   | 74,7                   | 1 079 509         | 0                  |
| 300                                                 | 3,8                    | 54 915            | 16 474 436         |
| 600                                                 | 8,9                    | 128 616           | 77 169 728         |
| 1 000                                               | 10,1                   | 145 958           | 145 957 726        |
| 2 000                                               | 2,5                    | 36 128            | 72 256 300         |
| 5 000                                               | 0,0                    | 0                 | 0                  |
| <b>Celkem</b>                                       | <b>100,0</b>           | <b>1 445 126</b>  | <b>311 858 191</b> |
| <b>Přepočet na jednoho respondenta</b>              |                        | <b>1 445 126</b>  | <b>216</b>         |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

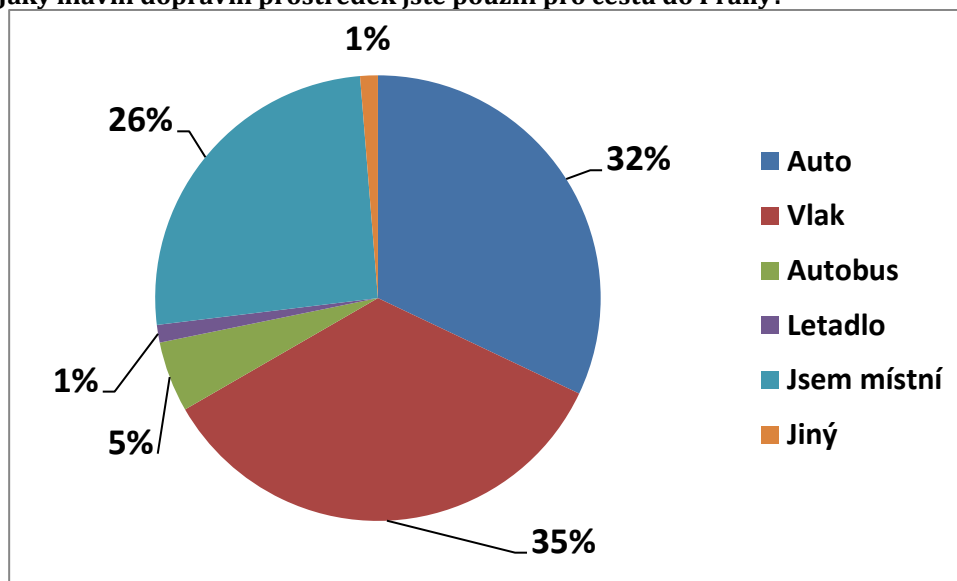
Z tabulky č.19 lze vidět, že dohromady turisté za celý rok utratili více než 311 858 191 Kč za jednu noc a osobu, kterou strávili v Praze. Největší podíl na tom mají návštěvníci, kteří zaplatili maximálně 1000 Kč a to 145 957 726. Přestože návštěvníků, kteří zaplatili maximálně 2000Kč bylo o 6,4 % méně než těch, kteří zaplatili max. 600 Kč. V celkové sumě jsou tyto výsledky velmi podobné a rozdíl je pouze v necelých 5 miliónech Kč. Jedná se tedy o movitější klientelu, která bydlí v hotelích vyšší kvality. Nejmenší přínos měli turisté, kteří utratili max. 300 Kč. Bylo jich dohromady 54 915 a celkem utratili 16 474 436 Kč. Tento typ turistů, často rozmýšlí, jak své prostředky vynaloží a nemají dostatečný kapitál na vstupné a další aktivity. Přesto se snaží Prahu navštívit a při své návštěvě hledají bezplatné

atraktivitu. Kategorie s max. hodnotou 5000 Kč nezaznamenala žádný výsledek. Klienti bydlící v dražších ubytováních převážně necestují do Prahy za poznáváním zoologické zahrady, ale v jejich případě se jedná často o pracovní cesty vyššího managementu nebo trávení dovolené v luxusnějších zařízeních Prahy než je zrovna zoologická zahrada.

#### 4.3.3 Náklady na dopravu

Otázky 5-8 se zabývaly výdaji a způsobem dopravy do zoo. První dvě otázky byly směřovány pouze na dopravu z místa bydliště na okraj Prahy. Pro potřeby diplomové práce jsou však tyto informace neuchopitelné, protože není známo, kde respondenti utratili peníze za pohonné hmoty, jestli v místě bydliště nebo v Praze. Příkladně z dopravních podniků (Autobus / vlak) vzniká přínos pro celou Českou republiku, a ne pouze pro Prahu. Pro zajímavost však lze uvést několik výsledků, které zoologická zahrada může využít pro zlepšení kampaně k návštěvě zoologické zahrady.

**Graf 8: Jaký hlavní dopravní prostředek jste použili pro cestu do Prahy?**



**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Největší podíl na dopravě z místa bydliště do Prahy je vlakem. Tento trend je v České republice velmi populární a je vidět i na výsledcích, že výletníci mohou brát návštěvu jako celodenní odpočinkovou aktivitu. Nemusí se soustředit na řízení a hledat parkoviště. Celkem využilo vlak 35 % respondentů a autobus 5 % respondentů. Cestování automobilem je stále velmi populární a využilo ho dohromady 32 %.

Otázka č.6 byla zaměřena na výdaje za dopravu na okraj Prahy. Respondenti neměli přesné ohraničení výdajů, ale autor nechal prostor pro stanovení vlastní výše výdajů na respondentech. Odpovědi jsou vždy na jednu osobu. V případě že rodina cestovala s dětmi autem, je celková částka rozpočítána na jednotlivé osoby, ale ve skutečnosti

respondenti utratili mnohem více. Výsledky byly autorem rozděleny podle škály odpovědí do tabulky č.20. Nejvíce peněz za dopravu do Prahy respondenti utratili do 250 Kč. Jedná se především o rozpočet za jedno auto na kratší vzdálenost nebo za studentské slevy na vlakovém jízdném. Druhou nejčastější výší útraty za dopravu tam a zpět je útrata do 500 Kč. Zde už jsou to cesty na delší vzdálenost nebo cestují turisté sami. U odpovědí do 1000 Kč a nad 1000 Kč lze předpokládat, že se jedná o zahraniční hosty přijíždějící do Prahy za poznávání Prahy, popřípadě celé České republiky. Nejčastějším výsledkem však bylo, že respondenti neutratili vůbec nic. Jednalo se buď o místní obyvatele Prahy nebo výletníky, kteří cestovali na kole do Prahy nebo mají zvýhodněné cestování po České republice

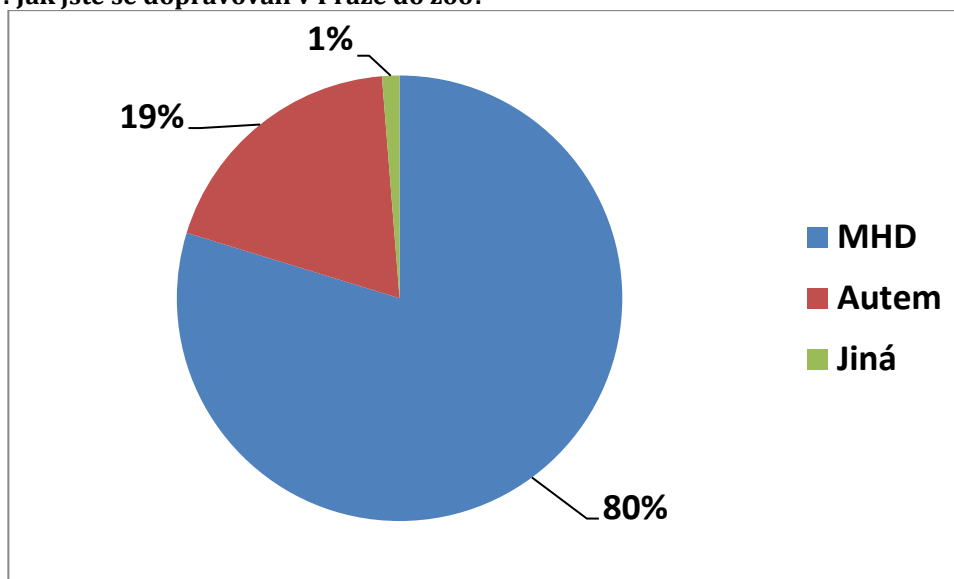
**Tabulka 20: Útrata za dopravu mimo Prahu**

| Útrata za dopravu v Kč | Rozdělení v % | Počet respondentů |
|------------------------|---------------|-------------------|
| 0                      | 30,4          | 72                |
| 100                    | 7,6           | 18                |
| 250                    | 26,6          | 63                |
| 500                    | 22,8          | 54                |
| 1000                   | 1,3           | 3                 |
| Nad 1000               | 6,3           | 15                |
| Chybné odpovědi        | 5,1           | 12                |
| Celkem                 | 100,0         | 237               |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Významnější otázkou pro výzkum přínosu zoo pro region jsou však odpovědi z otázek 7 a 8. Zde se autor zaměřil na cestování po Praze. Turisté tak přispívají regionu buď používáním městské hromadné dopravy nebo taxislužeb. Ale také turisté místní obyvatel jezdí do zoo automobilem a turisté přijíždějící autem do Prahy, následně pokračují i do zoo a nenechávají auta na záchytných parkovištích. Jízda po Praze automobilem se projeví na výsledcích ve výroční zprávě v položce parkovné. V tomto případě už bude proveden výpočet přínosu respondentů a následně proveden stejně jako u ubytování výpočet pro roční návštěvnost zoo za pomoci naměřených údajů.

**Graf 9: Jak jste se dopravovali v Praze do zoo?**



**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Z grafu č.9 lze vyčíst, že doprava MHD do zoo je velmi populární a více než tři čtvrtiny respondentů využívají tento způsob dopravy. Přímá autobusová linka vlakového nádraží a ze zastávky metra napomáhá lepší dopravní obslužnosti. Místní obyvatelé využívají také často MHD. Napojení zoologické zahrady na metro by ještě zvýšilo využití MHD do zoo, ale jedná se stále o projekt. Jako jiný druh dopravy bylo využíváno kolo a chůze pěšky. 19% respondentů navštívilo zoo automobilem.

Druhá otázka byla zaměřena přímo na výdaje vynaložené k návštěvě zoologické zahrady. Tyto výdaje jsou buď z domova, v případě, že se jedná o místní obyvatele nebo z výchozího bodu, odkud přijeli do Prahy. U automobilů, je to když přejeli hranice Hlavního města Prahy. U jiných dopravních prostředků, je to bráno, kdy vystoupili na nádraží / letiště / stanici a museli přestoupit na jiný dopravní prostředek, kterým se dopravili do zoo. V případě dopravy pomocí automobilu, se dotazníkové šetření navíc ptalo na výdaje spojené s nákupem benzínu. U přepravy MHD jsou ceny známy na základě ceníku z DPP. (Dpp.cz, 2019) Tyto ceny je však potřeba rozdělit na cenu za předplacenou kartu a jednotlivé jízdné. V případě dospělých osob se jedná u jedné návštěvy 10 Kč za den ( $3650 / 365 = 10\text{Kč}$ ) V případě studentských předplacených karet je tato částka nižší. Proto se tento fakt autor rozhodl kompenzovat tím, že u jednotlivých jízdenek bude využito levnějších jednorázových jízdenek za 24 Kč, které mají dobu platnosti 30 min. oproti 90 minutovým jízdenkám za 32 Kč. Dražší jízdenky si zakoupí klienti, kteří nemají zkušenost s dopravou v Praze, nebo ti, kteří přijíždějí z větší dálky. Ti často využijí záchytných parkovišť na konečných stanic metra, a až poté se dopravují do zoo. Vše výše uvedené je přehledně zobrazeno v tabulkách č.20, č.21 a č.22.



**Tabulka 21: Výpočet nákladů za dopravu - Auto**

| Způsob dopravy                         | Vynaložená částka (Kč) | počet     | Dílčí výsledek (Kč) |
|----------------------------------------|------------------------|-----------|---------------------|
| Autem / taxi                           | 40                     | 3         | 120                 |
| Autem / taxi                           | 50                     | 18        | 900                 |
| Autem / taxi                           | 100                    | 6         | 600                 |
| Autem / taxi                           | 150                    | 3         | 450                 |
| Autem / taxi                           | 258                    | 3         | 774                 |
| Chybná odpověď                         | Nevím / již nepamatuju | 9         |                     |
| <b>Celkem</b>                          |                        | <b>33</b> | <b>2844</b>         |
| <b>Přepočet na jednoho respondenta</b> |                        |           | <b>86</b>           |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

**Tabulka 22: Výpočet nákladů za dopravu - MHD**

| Způsob dopravy                            | Počet respondentů | Přepočítaná částka (Kč) | Výsledek (Kč) |
|-------------------------------------------|-------------------|-------------------------|---------------|
| MHD - kupoval/a jsem si jednotlivé jízdné | 129               | 48                      | 6192          |
| MHD - mám předplacenou kartu              | 57                | 10                      | 570           |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

**Tabulka 23: Výpočet nákladů za dopravu - Souhrn**

| Způsob dopravy                            | Počet respondentů | Procento    | Přepočítaná částka (Kč) | Výsledek (Kč) |
|-------------------------------------------|-------------------|-------------|-------------------------|---------------|
| šel jsem pěšky / na kole / jiné           | 9                 | 3,8         | 0                       | 0             |
| MHD - kupoval/a jsem si jednotlivé jízdné | 129               | 54,4        | 48                      | 6192          |
| MHD - mám předplacenou kartu              | 57                | 24,1        | 10                      | 570           |
| Autem / taxi                              | 33                | 13,9        | 86                      | 2838          |
| <b>Celkem</b>                             | <b>228</b>        | <b>96,2</b> |                         | <b>9600</b>   |
| <b>Na jednu osobu</b>                     | <b>228</b>        |             |                         | <b>42</b>     |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Z výpočtů, které byly provedeny v tabulkách lze zjistit, že ekonomický přínos jednoho návštěvníka (nezáleží na věku nebo místě bydliště) je 42 Kč za dopravu na území Prahy. Výsledek byl vypočítán na základě zjištěných údajů z dotazníku.

Osoby, které cestovaly po Praze automobilem, poskytly přesný výsledek jejich útraty za benzín. Tento výsledek byl znásoben počtem odpovědí a následně sečten i s dalšími údaji od ostatních respondentů, kteří také cestovali automobilem. Z výsledku se vypočítal aritmetickým průměrem výsledek na jednoho respondenta. Několik dotázaných

však neodpovědělo nebo nevědělo, jak odpovědět. Tyto výsledky nebyly brány v potaz a celkový výsledek v tabulce č.22 vychází na 228 osob (96,2 %).

V případě městské hromadné dopravy se postupovalo podobně jako u automobilu, avšak s tím rozdílem, že přesná částka je známá. U jednotlivých jízdenek se počítá se dvěma jednosměrnými jízdenkami za 24 Kč za kus. U Předplacené karty vychází vypočtená částka na 10 Kč na den, jak již bylo zmíněno. Celkový výsledek veškeré útraty za dopravu je vidět v tabulce č.23. Dohromady utratilo 228 respondentů v průměru 9600 Kč kvůli návštěvě zoologické zahrady. Na jednoho respondenta poté částka vychází na **42 Kč**. Výpočet útraty za dopravu všech návštěvníků lze vypočítat následovně:

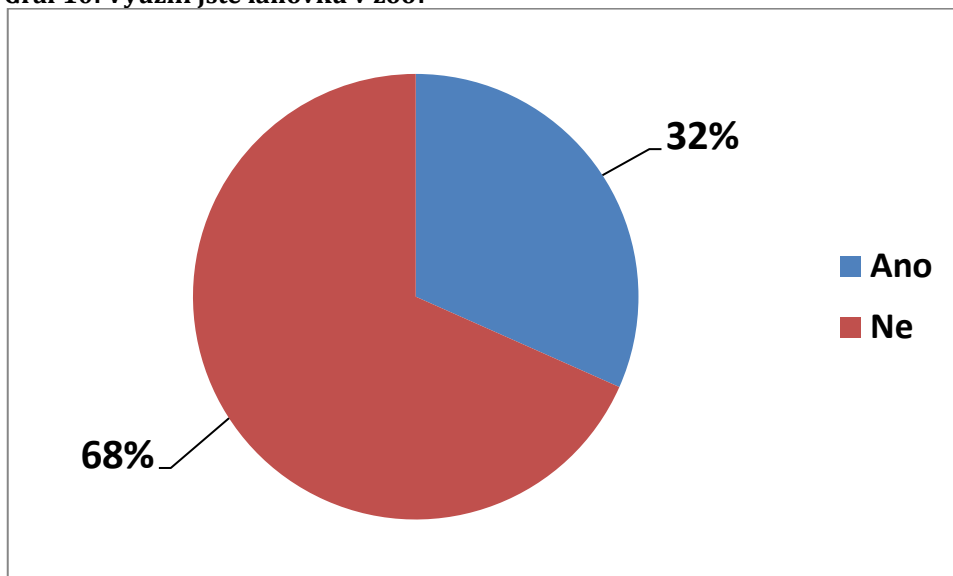
$$42 * 1\,445\,126 = 60\,695\,292 \text{ Kč}$$

Celkový ekonomický přínos z dopravy za všechny návštěvníky je pro region Hlavního města Prahy **60 695 292 Kč**.

#### 4.3.4 Dodatečné služby

Třetí část dotazníku byla zaměřena na výdaje za dodatečné služby. V této části se autor dotazoval i na otázky, které lze zjistit ze sekundárních zdrojů. Otázky v dotazníku byly zmíněny proto, aby respondenti napsali i jiné výdaje během návštěvy zoo, než které autor už znal. Mezi tyto otázky patřila například cena za vstupenky, za nákup suvenýrů a za zaplacení dodatečných služeb. Výsledek z této otázky lze použít k ověření zájmu o jednotlivé služby a suvenýry.

**Graf 10: Využili jste lanovku v zoo?**



**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Otázka č.9 „Využili jste lanovku v zoo?“ byla pro výsledek diplomové práce důležitá, jelikož tento výsledek nelze zjistit ze sekundárních zdrojů. Proto bylo potřeba zjistit, kolik

lidí lanovku využilo. Na grafu č.10 lze vidět, že 68 % účastníků dotazníkového šetření využilo lanovku v zoologické zahradě. 32 % návštěvníků si nenechalo ujít příležitost vidět zoologickou zahradu z vrchu. Tato skupina činila v součtu 75 osob. Cena za jízdu lanovkou je 25 Kč. Při koupi vstupenky na lanovou dráhu nezáleží na věku cestujícího, proto lze vypočítat i celkovou útratu za všechny návštěvníky.

**Tabulka 24: Výnos z lanovky**

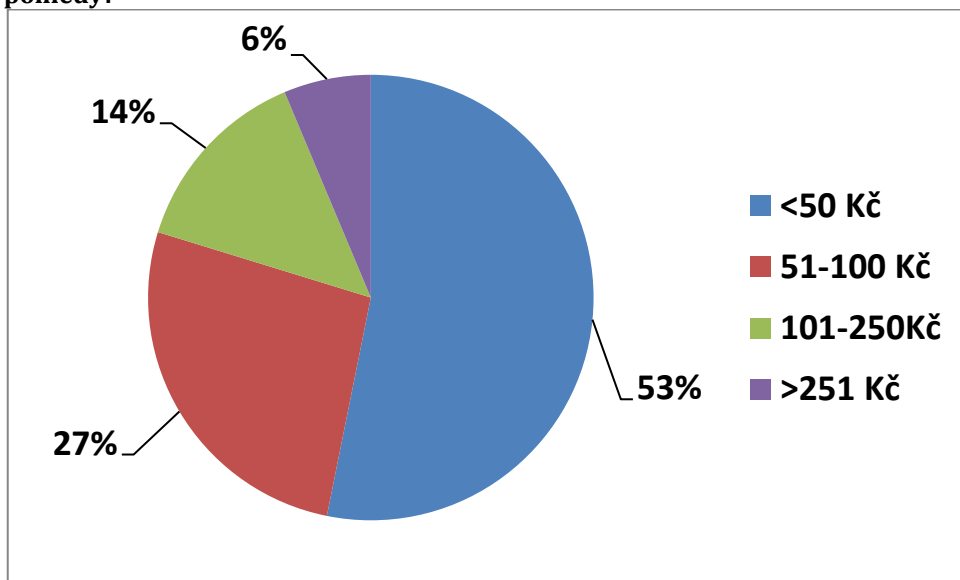
| Využili jste lanovku          | Procento využití | Počet lidí | Cena (Kč) | Celkem (Kč) |
|-------------------------------|------------------|------------|-----------|-------------|
| NE                            | 68,4             | 162        |           |             |
| ANO                           | 31,6             | 75         | 25        | 1875        |
| Počet ročních návštěvníků     |                  |            |           |             |
| NE                            | 68,4             | 988 466    |           |             |
| ANO                           | 31,6             | 456 660    | 25        | 11 416 495  |
| Průměr na jednoho návštěvníka |                  | 1 445 126  |           | 7,9         |

**Zdroj:**Vlastní zpracování (2019)

Celková útrata všech návštěvníků zoo za lanovou dráhu dosáhla necelých 11,5 mil Kč. V průměru na jednoho návštěvníka to je 7,9 Kč.

Otázka č. 11 „*Jakou částku jste průměrně NA JEDNU OSOBU vydali za suvenýry / pamětní mince / pohledy?*“ je zaměřena na nákup suvenýrů. V tomto případě jsou již známa data celkového přínosu z prodeje suvenýrů. Z dotazníkového šetření lze ale zjistit, jakou částku průměrně návštěvníci utratili v obchodech za suvenýry. Nejčastěji respondenti vybírali možnost s hraniční hodnotou do 50 Kč. V souhrnu takto odpovědělo 53 % (126 osob). Hraniční hodnota útraty je ovšem velmi nízká a poukazuje na to, že návštěvníci si v zoo koupili nanejvýše nějakou drobnost. Do této kategorie spadají i návštěvníci, kteří za suvenýry neutratili vůbec nic. Nejčastěji však lidé utráceli mezi 51 -100 Kč. Dohromady tuto částku utratilo 27 % (63) dotazovaných. Více než 250 Kč utratilo pouze 15 respondentů, což představuje 6 % z celkového počtu všech dotazovaných.

**Graf 11: Jakou částku jste průměrně NA JEDNU OSOBU vydali za suvenýry / pamětní mince / pohledy?**



**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Poslední otázka v této oblasti se zabývala dodatečnými službami, které návštěvníci utratili v zoo. Dohromady 82 % (v souhrnu 195) osob nevyužilo žádné dodatečné služby, které zoologická zahrada svým návštěvníkům nabízí. Zbýlých 18 %, tj. 42 osob tyto služby využilo. Z grafu je vidět, že o dodatečné služby není tak velký zájem, jak by si zoologická zahrada určitě přála. Z Tabulky č.25 lze také vyčíst, že nejčastěji lidé utratili přibližně 200 Kč a to celkem v 18 případech. Nejčastější útratou dle očekávání bylo krmení pro zvířátka a za vláček v zoo.

**Tabulka 25: Náklady turistů na dodatečné služby**

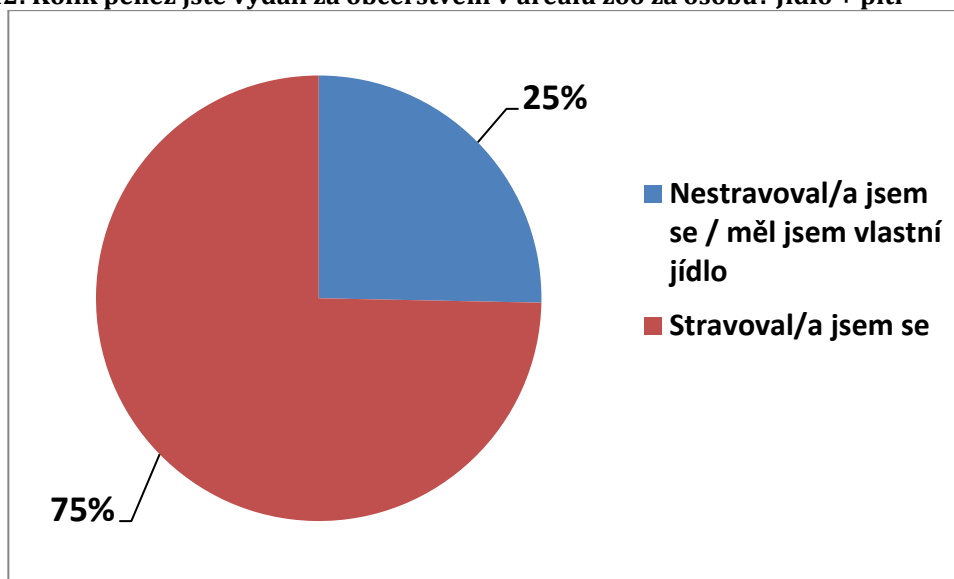
| Částka              | počet respondentů |
|---------------------|-------------------|
| 40                  | 3                 |
| 50                  | 6                 |
| 100                 | 3                 |
| 200                 | 18                |
| 300                 | 3                 |
| Neví přesnou částku | 9                 |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

#### 4.3.5 Stravování

Poslední část dotazníku byla zaměřena na stravování v zoo a mimo ni. Tyto otázky byly velmi důležité pro cíl diplomové práce. Ve výroční zprávě možné získat pouze sumu za pronájem z restauračních zařízení a gastrostánků. Bohužel ve výkazu nejsou uvedené jednotlivé výdaje návštěvníků za občerstvení během jejich návštěvy. Ne všichni respondenti se stravovali pouze v prostorách zoologické zahrady. Někteří jedli doma nebo si koupili občerstvení před/po vstupu do zoo.

**Graf 12: Kolik peněz jste vydali za občerstvení v areálu zoo za osobu? Jídlo + pití**



**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Restaurační zařízení a gastrostánky využilo celkem 177 respondentů. Z celkového počtu 237 se jedná o 75 % všech zúčastněných. Zbýlých 60 respondentů (25 %) se nestravovalo vůbec, anebo mimo prostory zoologické zahrady. Případně měli vlastní občerstvení ve formě po domácku vytvořené svačiny. V grafu č.12 lze vidět poměr jednotlivých odpovědí. Částku za stravování autor nechával volnou bez hraničních hodnot, aby se respondenti mohli volně vyjádřit ke své útratě v zoologické zahradě. Veškeré výsledky jsou zaznamenány v tabulce č.26. Dohromady bylo vybráno od respondentů 36 660 Kč. Tato částka přepočtená na jednoho návštěvníka činí hodnotu průměrné útraty ve výši **155 Kč**. Nejčastější utracenou částkou bylo 200 Kč za osobu, což odpovídá i cenám občerstvení v restauraci, kterou lze najít v dotazníku. Jednalo by se oběd s nápojem a zmrzlinou.

**Tabulka 26: Výpočet útraty návštěvníků za občerstvení v areálu zoo**

| Útrata (Kč)              | Počet      | Celkem (Kč)   |
|--------------------------|------------|---------------|
| 40                       | 4          | 160           |
| 50                       | 6          | 300           |
| 70                       | 3          | 210           |
| 80                       | 3          | 240           |
| 100                      | 16         | 1600          |
| 120                      | 1          | 120           |
| 130                      | 3          | 390           |
| 150                      | 30         | 4500          |
| 160                      | 3          | 480           |
| 180                      | 3          | 540           |
| 200                      | 56         | 11200         |
| 230                      | 3          | 690           |
| 250                      | 18         | 4500          |
| 280                      | 1          | 280           |
| 300                      | 9          | 2700          |
| 400                      | 11         | 4400          |
| 450                      | 3          | 1350          |
| 600                      | 3          | 1800          |
| 1200                     | 1          | 1200          |
| <b>Celkem</b>            | <b>177</b> | <b>36 660</b> |
| <b>Průměr na jednoho</b> |            | <b>155</b>    |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Z výsledků se zjistila průměrná útrata respondentů v zoologické zahradě během návštěvy. Jednoduchým výpočtem bylo zjištěno, že celková částka, kterou v roce 2017 zanechali všichni návštěvníci v zoo za občerstvení dosáhla výše **223 994 530 Kč**.

$$155 \cdot 1445\,126 = 223\,994\,530 \text{ Kč}$$

Druhá varianta stravování se zaměřovala na vynaložené výdaje mimo areál zoologické zahrady. Konkrétně na to, kolik turisté utratili za občerstvení v místních prodejnách nebo restauracích mimo areál zoo. Tyto výsledky už nelze vypočítat stejně jako v případě útraty v zoologické zahradě, protože respondenti mohli provést nákup i mimo území regionu Prahy. Autor proto rozdělil odpovědi do několika možností, kdy pro účely výpočtu jsou brány nižší hraniční možnosti, aby se snížila výsledná částka za zakoupené občerstvení. Tímto bude eliminován nákup provedený mimo vybraný region. Z výsledků lze zjistit, že průměrná útrata za občerstvení mimo areál zoo bylo **83 Kč za osobu**.

**Tabulka 27: Výpočet útrаты návštěvníků za občerstvení mimo areál zoo**

| částka                        | Hodnota | Počet | Výsledek |
|-------------------------------|---------|-------|----------|
| 0                             | 0       | 50    | 0        |
| 1~25                          | 1       | 6     | 6        |
| 26~50                         | 26      | 33    | 858      |
| 51~100                        | 51      | 65    | 3 315    |
| 101~150                       | 101     | 16    | 1 616    |
| 151~200                       | 151     | 2     | 302      |
| 201~300                       | 201     | 59    | 11 859   |
| >301                          | 301     | 6     | 1 806    |
| Celkem                        |         | 237   | 19 762   |
| Průměr na jednoho návštěvníka |         |       | 83       |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Po vypočítání výsledné sumy za všechny návštěvníky lze zjistit, že bylo utraceno v regionu dalších **119 945 458 Kč**.

$$83 * 1\,445\,126 = 119\,945\,458 \text{ Kč}$$

Poslední otázkou zabývající se výdaji během návštěvy zoologické zahrady nechával autor na respondentech, aby se zjistily další možné výdaje, které nebyly zmíněny ve výše uvedených otázkách. Pouze 6 osob odpovědělo, že ještě uskutečnily další výdaje spojené s návštěvou zoo. Jednalo se především o návštěvy kaváren, obchodních center po prohlídce zoologické zahrady nebo další atraktivita. Tyto výsledky byly však tak ojedinělé, že by se jednalo o korunové výdaje na jednoho návštěvníka, proto nebyly brány na zřetel.

#### 4.3.6 Shrnutí

Jak již bylo zmíněno, dotazníku se celkem zúčastnilo 237 respondentů, kteří odpovídali na 17 otázek, jež se zabývaly výdaji během návštěvy zoologické zahrady. Jednotlivé výpočty a údaje z již známých kapitol jsou znázorněny v tabulce č.28, kde jsou vypočteny souhrnné sumy za všechny návštěvníky v roce 2017, a také sumy průměrných výdajů na jednoho respondenta, a to ve všech kategoriích dotazníkového šetření.

**Tabulka 28: Celkové výdaje turisty během návštěvy zoo**

| Druh Výdaje                            | Celkové výdaje za všechny návštěvníky | Průměr na jednoho návštěvníka |
|----------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| Výdaje zjištěné ze sekundárních zdrojů | 260 047 000                           | 180                           |
| Ubytování                              | 311 858 191                           | 216                           |
| Doprava do zoo                         | 60 695 292                            | 42                            |
| Lanovka                                | 11 416 495                            | 8                             |
| Stravování v zoo                       | 223 994 530                           | 155                           |
| Stravování mimo areál                  | 119 945 458                           | 83                            |
| <b>Celkem</b>                          | <b>987 956 966</b>                    | <b>684</b>                    |

**Zdroj: Vlastní zpracování (2019)**

Zoologická zahrada je třetí nejnavštěvovanější památkou v České republice a svou významností je nepostradatelná pro cestovní ruch v Praze a v celé České republice. Jedná se o místo, kde lidé tráví delší čas, oproti času, který turisté stráví rychlou prohlídkou zámku/hradu/kostela. Pro většinu návštěvníků se jedná převážně o celodenní výlet. Zoo je také významným ekonomickým podnikem pro Prahu popřípadě celou Českou republiku. Nejedná se pouze o zisk ze vstupného, ale také z dalších dodatečných služeb souvisejících přímo se zoologickou zahradou. Tyto dodatečné služby jsou uskutečňovány také v areálu zoo. Mezi dodatečné služby patří stravování, průvodcovské služby, parkování v areálu zoo a prodej suvenýrů a doplňkového zboží. Zoologická zahrada však má vliv i na další výdaje turistů přijíždějící do Prahy. Do zoo je obtížnější se dostat bez pomoci městské hromadné dopravy nebo automobilu. Proto má přínos i pro další zařízení mimo areál zoo. Diplomová práce se proto zabývala ekonomickým přínosem zoologické zahrady pro region Praha, a to kolik peněz návštěvníci zoo utratí za den. Jsou zde zahrnuti turisté, kteří přijeli do zoo z jiné části republiky nebo ze zahraničí. Zároveň jsou zde zahrnuti i místní obyvatelé, kteří tvoří významný podíl na návštěvnosti zoo.

Za rok 2017 navštívilo zoo 1 445 126 lidí, kteří v průměru utratili **684 Kč** na osobu. Nezáleží, jestli se jedná o dítě, studenta, rodiče nebo důchodce. Celkem návštěvníci utratili **987 956 966 Kč**. Jedná se o volné prostředky, které Praha získala ze zahraničních nebo místních turistů. Nebyly tak vynaložené v jiných krajích nebo v zahraničních zemích. Pro představu lze výsledek demonstrovat na čtyřčlenné rodině, která navštíví zoologickou zahradu. Jedna návštěva zoologické zahrady je vyjde na 2 736 Kč za všechny cestující.

## 4.4 Multiplikační efekt Zoo Praha

### 4.4.1 Multiplikátor ekonomické báze

Z primárního a sekundárního průzkumu byly zjištěny celkové výdaje návštěvníků během jejich návštěvy zoologické zahrady. Na základě uvedeného vzorce z přednášek paní docentky Michalkové a zjištěných hodnot lze vypočítat, jak zvýšení výdajů o jednotku ovlivní produkci další ekonomické podniky.

$$= \frac{\text{celkový výdaje (ubytování, doprava, stravování (další výdaje))}}{\text{výdaje za vstupné}}$$

$$= \frac{987\,956\,966}{206\,109\,000}$$

$$= 4,8 \text{ Kč}$$



Na základě vypočítané hodnoty lze říct, že v případě, že se zvýší spotřeba v zoo o 1 Kč, celkový přínos díky multiplikačnímu efektu bude činit **4,8 Kč**. Toto platí i v případě průměrných výdajů z jednoho návštěvníka. Tato částka se získá díky zhodnocení 1 Kč u jednoho návštěvníka dalšími podniky, které přímo anebo nepřímo souvisí s cestovním ruchem.

Zvýšení výdajů jednoho návštěvníka o 1 Kč tak multiplikačním efektem, ve kterém je zahrnuto zhodnocení od všech podniků, jak přímo tak nepřímo souvisejících s CR, znásobuje hodnotu jedné koruny dodatečně vložených výdajů návštěvníka o 4,8 Kč.

#### 4.4.2 *Multiplikátor Input-Output*

Multiplikátor I-O zachází mnohem dál. Zjišťuje, jak příjmy od turistů zoologické zahrady ovlivní i sekundární podniky, které jsou nepřímo spjaté s cestovním ruchem. Pro výpočet tohoto multiplikátoru bylo nejdříve zapotřebí si stanovit hodnotu multiplikátoru. Pro Slovenskou republiku je na základě dokumentu od Kubíčkové a kolektivu tato hodnota 1,1976. (Kubíčková, a další, 2017) pro Českou republiku lze použít stejnou hodnotu. Oba dva státy jsou velmi průmyslově zaměřené a podíl cestovního ruchu na HDP je téměř shodný.

$$= \text{celkové výdaje} \times \text{multiplikátor}$$

$$= 987\,956\,966 \times 1,1976$$

$$= 1\,183\,177\,262 \text{ Kč}$$

Pro lepší přehled je ještě vypočítán multiplikační efekt na jednu osobu

$$= \text{celkové výdaje na 1 osobu} \times \text{multiplikátor}$$

$$= 684 \times 1,1976$$

$$= 819 \text{ Kč}$$

Z výsledku multiplikačního efektu je zřejmé, že výdaje, které turista vynaloží během návštěvy zoologické zahrady, mají v multiplikačním efektu na přímo i nepřímo související podniky s cestovním ruchem efekt a jejich výše je na jednu

osobu **819 Kč**. V souhrnných číslech za roční návštěvnost činí tato hodnota **1 183 177 262 Kč**.

Pro region Praha jsou tyto výsledky důležitou informací, jelikož zjistí významnost zoologické zahrady pro celý region. Ve skutečnosti příjmy z návštěvy zoologické zahrady jsou ještě o skoro 200 mil větší. Další podniky svou ekonomickou aktivitou dále zhodnotí své příjmy od návštěvníka, a tím zvýší svou ekonomickou hodnotu.,

Přímý a nepřímý vliv lze vidět na obrázku č.2 (Divišová, 2015). Pro lepší představu, výdaje návštěvníka neovlivňují pouze zkoumanou společnost, kde byly peníze utraceny, ale ovlivňuje i další zařízení. Turista, který utratí víc peníze za stravování v zoo, tak primárně podporuje restaurační zařízení v zoo. Nepřímo však tvoří zisk pro další odvětví, mezi které patří např. textilní průmysl, kde je nutné vyrobit stejnokroje pro kuchyňský personál. Je podpořeno ku příkladu i zemědělství, kde je nutné vypěstovat plodiny potřebné pro přípravu jídel v gastronomii. Výstavba restaurace a gastrostánku sice zvýšila tržby v odvětví stavebnictví, ale počátek, ale počátek výstavby plyne od turisty, který svým zájmem o občerstvení financuje výstavbu. Pro zásobování restaurace je také nezbytné mít dopravní prostředek, kterým se firma zásobuje, nebo zaměstnanci přijíždějí do práce. V případě že nemají zásobovací automobil, musí zařídit externí firmu, která zásoby do restaurace dopraví. Na příkladu lze krásně vidět multiplikační ekonomického přínosu pro zkoumaný region, protože výroba automobilů nebo stavebnictví není vedeno striktně v odvětví cestovního ruchu. Z výše uvedených příkladů je zřejmé, že na základě multiplikačního efektu výdaje návštěvníka přináší zisk i pro tato odvětví. Jako další příklad lze uvést samotnou zoologickou zahradu. Přímý vliv byl autorem zkoumán během analýzy výroční zprávy a dotazníkového šetření.

**Obrázek 1: Multiplikační efekt**



**Zdroj: (Divišová, 2015)**

## 5 Závěr

Zoologická zahrada v Praze patří mezi celosvětově uznávané podniky. Svou významnost dokazuje nejen ve světě ale i na domácím trhu, kdy přináší neopomenutelný přínos pro regionální rozvoj. Zoo patří mezi ty podniky, jež domácí i zahraniční turisté často vyhledávají. Její roční návštěvnost přes 1,4 milionů lidí potvrzuje i její oblíbenost a postavení v Praze, kde zabírá velké území města Prahy.

Diplomová práce se zaměřila na ekonomický přínos zoologické zahrady pro Prahu, a na to, kolik peněz utratí turisté, když chtějí navštívit zoologickou zahradu. Pro zjištění informací byla provedena analýza výroční zprávy Zoo Praha, kde se zjistily výdaje turistů přímo v areálu zoologické zahrady. Z analýzy výroční zprávy vyplynulo, že průměrné výdaje jednoho návštěvníka jsou 180 Kč. Tyto výdaje byly za vstupné, poplatek za parkoviště, nákup suvenýrů a doprovodné služby během návštěvy.

Zjištění celkových výdajů jednoho turistu během jeho návštěvy zoo je ale tento jediný údaj nedostačující. Proto autor provedl dotazníkové šetření, kde byly zjištěny dodatečné náklady, které nelze zjistit z výroční zprávy. Dotazník obsahoval celkem 18 otázek. Dohromady se dotazníku účastnilo 237 respondentů, kteří odpovídali jak elektronickou verzí, tak osobním dotazováním. Výsledky z dotazníku byly následně zpracovány a graficky upraveny. Zjistilo se, že další výdaje během návštěvy představují částku 504 Kč. Jedná se o výdaje, které byly vynaloženy na území Prahy.

Výsledkem zkoumání a naplnění cíle diplomové práce je zjištění, že průměrná útrata osoby, nezávislá na věku a pohlaví, je 684 Kč. Tuto částku nechají turisté v Praze během jejich návštěvy zoo. Roční výdaje všech turistů, kteří navštívili ZOO, poté představují částku 987 956 966 Kč.

Výsledky z primárního a sekundární výzkumu byly použity k výpočtu dvou multiplikátorů. První byl zaměřen na multiplikátor ekonomické báze, kde bylo zjištěno, že na korunu vstupného připadá 4,8 Kč dalších výdajů na území města Praha (přímý ekonomický přínos).

Druhý multiplikátor input-output se zaměřil na celkový multiplikační efekt ekonomického přínosu pro region Praha. Multiplikačním efektem roční návštěvnost zoo přinesla do regionu ekonomický přínos v částce 1 183 177 262 Kč bráno do úvahy přímé a sekundární přínosy.

## 6 Citovaná literatura

- Aktualne.cz Ekonomika. 2018.** Na turistech umí nejlépe vydělat ve Španělsku. Svět čeká nájezd dovolenkářů z Asie. [Online] 6. 8 2018. [Citace: 15. 2 2019.] <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/cestovni-ruch-se-na-ekonomice-oecd-podili-stale-vic-cesko-je/r~494ef74a995c11e8acf3ac1f6b220ee8/>.
- , 2018. Pražské hotely jsou jedny z nejlépejších v Evropě. Ceny v regionu dosáhly rekordu. [Online] 25. 9 2018. [Citace: 15. 2 2019.] <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/prazske-hotely-jsou-jedny-z-nejplnejsich-v-evrope-ceny-v-reg/r~50b2de74c0a411e899900cc47ab5f122/> .
- Anděrová, Romana. 2008.** *Historie Zoo Praha: Zoologická zahrada hl. m. Prahy*. Praha : Zoologická zahrada Praha, 2008.
- Ceskenoviny.cz. 2018.** Žebříček návštěvnosti památek loni opět vedl Pražský hrad. [Online] 6. 8 2018. [Citace: 15. 2 2019.] <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/zebricek-navstevnosti-pamatek-loni-opet-vedl-prazsky-hrad/1649556>.
- ct24.cz. 2009.** Nejstarší zoo v ČR slaví narozeniny. [Online] 9. 9 2009. [Citace: 11. 2 2019.] <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/archiv/1386265-nejstarsi-zoo-v-cr-slavi-narozeniny>.
- czso.cz. 2019.** Satelitní účet cestovního ruchu. [Online] 28. 2 2019. [Citace: 18. 3 2019.] [https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu?fbclid=IwAR3SeZXZlZ2VmJpwo8yMiM7\\_1FUgg3EHyBoqpluHZW2ZQLujB3ODy4U8VCk](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu?fbclid=IwAR3SeZXZlZ2VmJpwo8yMiM7_1FUgg3EHyBoqpluHZW2ZQLujB3ODy4U8VCk).
- Český statistický úřad. 2019.** Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních. [Online] 2019. [Citace: 15. 2 2019.] <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU03&z=T&f=TABULKA&skupId=1330&katalog=31743&pvo=CRU03&str=v282>.
- Divišová, Anna. 2015.** Rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu: přínosy a nevýhody pro občany a podnikatele obcí mikroregionu. [Online] 2015. [Citace: 15. 2 2019.] <https://docplayer.cz/3230863-Rozvoj-cestovniho-ruchu-v-mikroregionu-prinosy-a-nevyhody-pro-obcany-a-podnikatele-obci-mikroregionu.html>.
- Dpp.cz. 2019.** Jízdné na území Prahy. [Online] 2019. [Citace: 25. 2 2019.] <http://www.dpp.cz/jizdne-na-uzemi-prahy/>.
- Dubská, Drahomíra. 2018.** CESTOVNÍ RUCH ČR: VÝKONNOST ODVĚTVÍ STOUPÁ PŘI STEJNÉ ZAMĚSTNANOSTI. [Online] 5. 4 2018. [Citace: 15. 2 2019.] <http://www.socr.cz/clanek/cestovni-ruch-cr-vykonnost-odvetvi-stoupa-pri-stejne-zamestnanosti/>.
- Gričová, Andrea. 2017.** Česko získá čtvrté dálkové spojení do Číny. Letadla nově poletí do Si-anu. [Online] 19. 7 2017. [Citace: 25. 1 2019.] <https://www.denik.cz/ekonomika/praha-ziska-ctvrte-dalkove-spojzeni-do-ciny-letadla-nove-poleti-do-si-anu-20170719.html>.
- Janečková, Lidmila a Vašítková, Miroslava. 2000.** *Marketing služeb*. Praha : Grada, 2000. 978-80-247-4209-0.
- Kotler, Philip. 2007.** *Marketing služeb*. Praha : Grada, 2007. 80-7169-995-0.
- Kubíčková, Viera, Michálková, Anna a Fodranová, Iveta. 2017.** *The Economic Contribution of Tourism to the Slovak Economy*. místo neznámé : The Economic Contribution of Tourism to the Slovak Economy. - Registrovaný: Scopus. In *Tourismos : An International Multidisciplinary Refereed Journal of Tourism.*, 2017. 1792-6521.
- Lejsek, Zdeněk. 2018.** Ekonomika cestovního ruchu. [Online] 5 2018. [Citace: 15. 2 2019.] <http://www.statistikaamy.cz/2018/05/ekonomika-cestovniho-ruchu/>.
- , 2015. Kolik vydělává tuzemský cestovní ruch? [Online] 14. 4 2015. [Citace: 15. 2 2019.] <https://www.icsu.cz/2015/04/kolik-vydelava-tuzemsky-cestovni-ruch/>.

- . 2014. V cestovním ruchu pracuje téměř čtvrt milionu lidí. [Online] 3 2014. [Citace: 15. 2 2019.] <http://www.statistikaamy.cz/2014/03/v-cestovnim-ruchu-pracuje-vice-nez-ctvrt-milionu-lidi>.
- Mikula, Roman. 2018.** Návštěvnost Česka vloni lámala rekordy. [Online] 5 2018. [Citace: 15. 1 2019.] <http://www.statistikaamy.cz/2018/05/navstevnost-ceska-vloni-lamala-rekordy/>.
- Musicserver.cz. 2017.** Aerodrome Festival s Linkin Park, Simple Plan a MGK v čele ovládne Prahu již tuto neděli. [Online] 8. 6 2017. [Citace: 28. 2 2019.] <https://musicserver.cz/clanek/55970/aerodrome-festival-s-linkin-park-simple-plan-a-mgk-v-cele-ovladne-prahu-jiz-tuto-nedeli/>.
- PACHINGEROVÁ, Mária, MICHÁLKOVÁ, Anna a KUBIČKOVÁ, Viera. 2013.** *Ekonomika cestovného ruchu*. Bratislava : Ekonóm, 2013. 978-80-225-3768-1.
- Plecháč, Tomáš. 2015.** Na Rock for People přišlo 28 tisíc lidí, o stěhování se rozhodne po Plzni. [Online] 8. 6 2015. [Citace: 2. 3 2019.] [https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/na-rock-for-people-prijelo-28-tisic-lidi.A150608\\_2168458\\_hradec-zpravy\\_the](https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/na-rock-for-people-prijelo-28-tisic-lidi.A150608_2168458_hradec-zpravy_the).
- Prague city tourism. 2019.** Praha - Příjezdový cestovní ruch v roce 2017. *Analýzy - Praha - příjezdový cestovní ruch - 2013-2018*. [Online] 2019. [Citace: 15. 2 2019.] [https://www.praguecitytourism.cz/file/edee/statistiky-a-analyzy/nejnovejsi-analyzy/a-analyza-2017\\_internet.pdf](https://www.praguecitytourism.cz/file/edee/statistiky-a-analyzy/nejnovejsi-analyzy/a-analyza-2017_internet.pdf).
- Praguecitytourism.cz. 2019.** Pražské památky a významné akce. *Návštěvnost pražských památek*. [Online] 2019. [Citace: 12. 2 2019.] <https://www.praguecitytourism.cz/file/edee/statistiky-a-analyzy/prazske-pamatky/prazske-pamatky-statistika-navstevnosti-2017.pdf>.
- Safaripark.cz. 2019.** Safari park Dvůr Králové. [Online] 2019. [Citace: 14. 2 2019.] <https://safaripark.cz/>.
- Travelchinaguide.com. 2019.** Beijing Zoo. [Online] 2019. [Citace: 15. 2 2019.] <https://www.travelchinaguide.com/attraction/beijing/zoo.htm>.
- Tripadvisor.cz. 2019.** 10 nejoblíbenějších zoologických zahrad – Svět. [Online] 2019. [Citace: 2. 2 2019.] <https://www.tripadvisor.cz/TravelersChoice-Attractions-cZoos-g1>.
- Ttg.cz. 2018.** Návštěvnost turistických cílů 2017. *CzechTourism vydal žebříček návštěvnosti turistických cílů: lákají památky, zoo i místa pro rodiny s dětmi*. [Online] 6. 8 2018. [Citace: 22. 1 2019.] [https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Infografiky/Navstevnost-turistickych-cilu-2017/CzT\\_Report\\_navstevnost2017\\_\(0945\)\\_web.pdf.aspx?ext=.pdf](https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Infografiky/Navstevnost-turistickych-cilu-2017/CzT_Report_navstevnost2017_(0945)_web.pdf.aspx?ext=.pdf).
- Zelenka, Josef a Pásková, Martina. 2012.** *Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd.* Praha : Linde, 2012. 978-80-7201-880-2.
- Zerzoň, Jiří. 2017.** Colours of Ostrava dosáhly návštěvního maxima, říká ředitelka. Rozšíření bude záležet na Vítkovicích. [Online] 22. 7 2017. [Citace: 28. 2 2019.] <https://art.ihned.cz/hudba/c1-65808610-colours-of-ostrava-festival-hudba-navstevnost>.
- Zoo-ostrava.cz. 2019.** Zoo Ostrava. [Online] 2019. [Citace: 15. 1 2019.] <http://www.zoo-ostrava.cz/>.
- Zoopraha.cz. 2017.** Adopční kampaň 2017. [Online] 3. 11 2017. [Citace: 23. 1 2019.] <https://www.zoopraha.cz/reklama-a-marketing/kampane/10974-adopcni-kampan-2017>.
- . 2016. Happy Mondays 2017. [Online] 16. 12 2016. [Citace: 20. 1 2019.] <https://www.zoopraha.cz/reklama-a-marketing/projekty/10385-happy-mondays-2017>.
- . 2019. Výroční zpráva 2017. [Online] 2019. [Citace: 15. 11 2018.] <https://www.zoopraha.cz/vse-o-zoo/vyrocní-zpravy/11380-vyrocní-zprava-2017>.
- . 2007. Výsledky veřejného výzkumu v zoo Praha. [Online] 4. 4 2007. [Citace: 15. 2 2019.] <https://www.zoopraha.cz/aktualne/novinky-u-zvirat/5954-vysledky-verejného-vyzkumu-v-zoo-praha>.

- . **2018.** Zoo v číslech. [Online] 31. 12 2018. [Citace: 11. 2 2019.] <https://www.zoopraha.cz/zvirata-a-expozice/zvirata-v-cislech>.
- . **2018.** Zpráva o plnění rozpočtu 2017. [Online] 5. 3 2018. [Citace: 5. 12 2018.] <https://www.zoopraha.cz/vse-o-zoo/vyrocní-zpravy/rozbory-hospodareni/11125-zprava-o-plneni-rozpocet-2017>.
- Zoozlin.cz. 2019.** Zoo Zlín. [Online] 2019. [Citace: 15. 2 2019.] <https://www.zoozlin.eu/>.

## 7 Přílohy

### 7.1 Seznam obrázků

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Obrázek 1: Multiplikační efekt..... | 54 |
|-------------------------------------|----|

### 7.2 Seznam tabulek

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabulka 1: Zahraniční turisté.....                                         | 14 |
| Tabulka 2: Návštěvnost Zoo Praha .....                                     | 21 |
| Tabulka 3: Srovnání zoologických zahrad .....                              | 23 |
| Tabulka 4: SW analýza pro Zoo Praha.....                                   | 24 |
| Tabulka 5: OT analýza pro Zoo Praha.....                                   | 26 |
| Tabulka 6: Rozdíl v roční návštěvnosti zoo .....                           | 28 |
| Tabulka 7: Náklady Zoo Praha - Hlavní činnost (v tisících Kč) .....        | 29 |
| Tabulka 8: Náklady Zoo Praha - Vedlejší činnost (v tisících Kč) .....      | 29 |
| Tabulka 9: Výnosy Zoo Praha – Hlavní činnost (v tisících Kč) .....         | 31 |
| Tabulka 10: Výnosy Zoo Praha – Hlavní činnost dotace (v tisících Kč) ..... | 31 |
| Tabulka 11: Výnosy Zoo Praha – vedlejší činnost (v tisících Kč) .....      | 31 |
| Tabulka 12: Hospodářský výsledek za rok 2017 (tis. Kč).....                | 32 |
| Tabulka 13: Výnosy Zoo Praha od návštěvníků zoo (tis. Kč).....             | 33 |
| Tabulka 14: Průměrný výnosy Zoo Praha na jednoho návštěvníka.....          | 34 |
| Tabulka 15: Celkové náklady na jednoho návštěvníka .....                   | 34 |
| Tabulka 16: Průměrný zisk z výnosů jednoho návštěvníka.....                | 35 |
| Tabulka 17: Průměrný zisk z výnosů roční návštěvnosti .....                | 35 |
| Tabulka 18: Průměrná útrata za ubytování na jednoho návštěvníka .....      | 39 |
| Tabulka 19: Celková útrata za ubytování na roční návštěvnost.....          | 40 |
| Tabulka 20: Útrata za dopravu mimo Prahu.....                              | 42 |
| Tabulka 21: Výpočet nákladů za dopravu - Auto.....                         | 44 |
| Tabulka 22: Výpočet nákladů za dopravu - MHD.....                          | 44 |
| Tabulka 23: Výpočet nákladů za dopravu - Souhrn.....                       | 44 |
| Tabulka 24: Výnos z lanovky.....                                           | 46 |
| Tabulka 25: Náklady turistů na dodatečné služby.....                       | 47 |
| Tabulka 26: Výpočet útraty návštěvníků za občerstvení v areálu zoo.....    | 49 |
| Tabulka 27: Výpočet útraty návštěvníků za občerstvení mimo areál zoo ..... | 50 |
| Tabulka 28: Celkové výdaje turisty během návštěvy zoo .....                | 50 |



### 7.3 Seznam grafů

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Graf 1: Nárůst turistů v HUZ (%) .....                                                                 | 6  |
| Graf 2: Zaměstnanost v cestovním ruchu .....                                                           | 10 |
| Graf 3: Čtvrtletní podíl na celkovém počtu přenocování.....                                            | 13 |
| Graf 4: Uved'te prosím pohlaví .....                                                                   | 36 |
| Graf 5: Uved'te váš věk .....                                                                          | 37 |
| Graf 6: Kolik dní jste strávili v Praze? Během návštěvy Zoo Praha .....                                | 38 |
| Graf 7: Jaké byly vaše výdaje za ubytování (osoba/noc)? .....                                          | 39 |
| Graf 8: Jaký hlavní dopravní prostředek jste použili pro cestu do Prahy? .....                         | 41 |
| Graf 9: Jak jste se dopravovali v Praze do zoo? .....                                                  | 43 |
| Graf 10: Využili jste lanovku v zoo? .....                                                             | 45 |
| Graf 11: Jakou částku jste průměrně NA JEDNU OSOBU vydali za suvenýry / pamětní mince / pohledy? ..... | 47 |
| Graf 12: Kolik peněz jste vydali za občerstvení v areálu zoo za osobu? Jídlo + pití .....              | 48 |