

SPOKOJNOSŤ NÁVŠTEVNÍKOV S PONUKOU ANIMAČNÝCH SLUŽIEB VYBRANÝCH MÚZEÍ A GALÉRIÍ NA SLOVENSKU

Kristína Pančíková, Ján Oriška

ABSTRACT

The aim of this paper is to point to the importance of animation as a component of the making exposures and exhibitions in museums and galleries more attractive, to identify the degree of satisfaction of visitors with the animation services in selected museums and galleries in Slovakia and to explore the correlation between the number of animation services in the surveyed cultural attractions and the satisfaction of their visitors. The article analyses primary data obtained by questionnaire survey in 2016. Correlation analysis is used to evaluate the dependence of the studied variables. Its results confirm a direct, moderate dependency between the number of animation services and the satisfaction of the visitors. Examination also confirmed, that younger people, male visitors and visitors from other regions are less satisfied with animation services in selected museums and galleries.

KEY WORDS

Animation services. Gallery. Museum. Visitor satisfaction. Tourism.

JEL CLASSIFICATION

L83, Z19

ÚVOD

Nové trendy v kultúrnom cestovnom ruchu spôsobili, že ponuka služieb kultúrnych atraktivít, osobitne múzeí a galérií, sa obohacuje o nové prvky a nadobúda komplexnejší charakter. Dôležitým sa stáva jedinečný zážitok spojený s pútavou interpretáciou kultúrnych a historických hodnôt ako predpoklad spokojnosti a lojality návštevníkov. Produkt múzeí a galérií sa preto v súčasnosti ozvlášťuje animačnými aktivitami, ktoré ho môžu personalizovať, t. j. zosobniť pre návštevníkov. V závislosti od záujmu a schopnosti ich manažmentu sprístupňovať a zaujímavým spôsobom interpretovať hmotné a nehmotné kultúrne hodnoty v podobe múzejných a galerijných zbierok verejnosti, sa tak môže odlišovať mierou komplexnosti, ako aj úžitkom plynúcim z jeho spotreby pre návštevníkov. Originálna

animácia, ktorá je v prostredí zahraničných kultúrnych atraktivít už pomerne bežnou súčasťou ponuky, má predpoklad stať sa konkurenčnou výhodou budujúcou pozitívny imidž múzeí a galérií aj na Slovensku a motivovať k ich návštevám rôzne cieľové skupiny, osobitne mladých ľudí a deti. Podpora angažovanosti týchto skupín návštevníkov v objavovaní a spoznávaní kultúrneho dedičstva je zároveň aj jedným z cieľov tohtoročnej iniciatívy „Európsky rok kultúrneho dedičstva“, ktorá sa zameriava aj na jeho ochranu, obnovu a udržateľné využívanie v cestovnom ruchu.

1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ

Múzeá a galérie patria medzi kultúrne atraktivity, ktoré svojimi aktivitami na trhu cestovného ruchu rozširujú horizont ľudského poznania, rozvíjajú myslenie, prispievajú k psychickej regenerácii a estetizácii života obyvateľstva. Návštevníkom pripomínajú národné tradície, náboženské a historické udalosti, sprostredkujú hodnoty vyjadrené výtvarným umením, a tak sa môžu významne podieľať na uspokojovaní ich rôznorodých duchovných potrieb. Keďže vplyvom rastúcej globalizácie sa v súčasnosti menia aj potreby účastníkov kultúrneho cestovného ruchu, je ochota a schopnosť manažmentu tieto zmeny reflektovať a premietat' do ponuky služieb múzeí a galérií dôležitým predpokladom spokojnosti ich návštevníkov. Spokojnosťou pritom rozumieme subjektívnu reakciu návštevníka na poskytnuté služby závislé od jeho očakávaní (Gúčik a kol., 2004). Podľa Nowackeho (2012) ju spoluvytvárajú subjektívne faktory, ktoré manažment múzeí a galérií nedokáže ovplyvniť (napr. pohlavie, sociálny status) a objektívne faktory, ktoré sú výsledkom jeho systematickej práce (napr. expozícia, doplnkové služby). V súvislosti so zisťovaním spokojnosti návštevníkov kultúrnych atraktivít Ritchie (2008) upozorňuje, že jednotlivé súčasti produktu môžu byť pre návštevníkov rôzne dôležité. Vychádzajúc z prístupu Martillu a Jamesa (1977), autorov tzv. „analýzy dôležitosti a spokojnosti“, odporúča preto pri skúmaní spokojnosti s jednotlivými službami brať do úvahy aj ich dôležitosť pre návštevníkov.

V snahe lepšie uspokojovať potreby návštevníkov oživujú mnohé múzeá a galérie svoj produkt animáciou. Cieľom animácie v cestovnom ruchu je pritom podľa Orišku (2003) intenzifikovať zážitky návštevníkov, rozveseliť a zabaviť ich, povzbudiť, sprostredkovať nové dojmy, aktivizovať nevyužitú energiu a to uspokojením ich potrieb, stupňovaním ich aktivity, znásobením interakcie s okolím, vzájomnou komunikáciou a podobne.

Význam animačných služieb v prostredí kultúrnych atraktivít zdôrazňujú viacerí autori (napr. Maráková, 2001; Gúčik, 2010; Bartha, 2011; Olejárová, 2015). Podľa Kotíkovej

a Schwartzhoffovej (2010) súvisí predovšetkým s aktívnejším prístupom k vystavovaným exponátom, ich lepším pochopením v širších súvislostiach a komplexnejším zážitkom pre návštevníkov. Z tohto dôvodu Šobán (2008) akcentuje úlohu animátorov aj v prostredí múzeí a galérií a spája ju s vykonávaním rozličných aktivít, ktoré majú zbaviť návštevníkov týchto zariadení ľahostajnosti a povzbudiť ich k spoluúčasti na interpretácii vystavovaných artefaktov, pričom podstatné je zabezpečiť ich priamy kontakt s umeleckým dielom.

Jednou z možností využitia animácie v múzeách a galériách je interpretácia formou príbehov asociovaných s exponátmi počas prehliadok. Poznávanie histórie, ktoré umožňuje návštevníkom stotožniť sa s predstaviteľmi sprostredkovaných príbehov, zdôrazňovali Cassová a Jahrig (1998) už na konci minulého storočia. Príbehy majú vtiahnúť návštevníkov do deja a inscenovať zážitok živým spôsobom. Bartha (2011) odporúča tvoriť tematicky diferencované prehliadky obohatené o prvky každodenného života v minulosti, na základe ktorých môžu návštevníci hľadať jeho prepojenia so súčasnosťou. Predmetom pozornosti môže byť napr. gastronómia, móda, spoločenský život a iné. Gúčik (2010) akcentuje počas prehliadok predvádzanie dobových hier, rytierskych súbojov a sprevádzanie v historických odevoch. Zámerom pútavej animácie pritom je, aby návštevníci nerozpoznali, že za zaujímavou prezentáciou sa skrýva inscenovanie (Olejárová, 2015). Trendom sa preto stáva využívanie moderných technológií simulujúcich virtuálne prostredie.

Dragicevic, Letunic a Pisarovic (2013) kladú dôraz na prispôbovanie prehliadok múzeí a galérií požiadavkám menších skupín s osobitnými záujmami. Jedným z východísk tvorby ponuky animačných služieb môže byť podľa Kesnera (2005) vek návštevníkov. Osobitne pre deti organizujú mnohé múzeá a galérie najmä počas sviatkov, osláv či pri príležitostiach výročí historických udalostí tzv. tvorivé dielne s náučno-vzdelávacím charakterom. Deti sa obvykle formou rozhovorov, prezentácií a názorných ukážok oboznamujú s činnosťami z minulosti a následne si ich pod vedením animátorov môžu vyskúšať a zhotoviť tradičné výrobky. Dospelých návštevníkov múzeí a galérií povzbudzujú k podobnej interaktivite animátori predvádzajúci ukážky remesiel, ktoré často vhodne dopĺňajú program organizovaných podujatí alebo sprievodných podujatí s cieľom spríjemniť návštevníkom čas čakania na prehliadku.

Rozsah ponuky animačných služieb v múzeách a galériách podmieňuje Maráková (2001) kategóriou, zameraním a technickým vybavením týchto zariadení, v neposlednom rade aj postojom ich manažmentu. V snahe uspieť v konkurenčnom boji atraktivít cestovného ruchu by mali jeho predstavitelia preto presadzovať poskytovanie kvalitných animačných služieb,

ktoré sprostredkujú kultúrne hodnoty dynamicky, interaktívne, kombináciou vzdelávania a zábavy a predovšetkým s rešpektom k autentickejšti týchto miest.

2 CIEĽ A METÓDY

Cieľom príspevku je poukázať na význam animácie ako prvku oživenia múzejných a galerijných expozícií, identifikovať mieru spokojnosti návštevníkov s animačnými službami vybraných múzeí a galérií na Slovensku a preskúmať korelačný vzťah medzi rozsahom ponuky animačných služieb skúmaných kultúrnych atraktivít a celkovou spokojnosťou ich návštevníkov. Na dosiahnutie cieľa spracúvame primárne údaje získané dotazníkovým prieskumom v roku 2016 od predstaviteľov manažmentu a návštevníkov vybraných slovenských múzeí a galérií. So zámerom získania informácií o ponuke animačných služieb sme dotazníkom v elektronickej forme (e-mailom) oslovili predstaviteľov manažmentu náhodne vybraných múzeí a galérií. Prieskumu sa zúčastnilo Oravské múzeum P. O. Hviezdoslava v Dolnom Kubíne, Stredoslovenské múzeum v Banskej Bystrici, Hradné múzeum Filákov, Galéria Jána Koniarka v Trnave, Tatranská galéria v Poprade a Galéria umenia Ernesta Zmetáka v Nových Zámkoch. Informácie o spokojnosti ich návštevníkov s poskytovanými animačnými službami sme získali elektronickým dotazníkom distribuovaným na sociálnej sieti. K jeho lepšej návratnosti, a tým aj reprezentatívnosti výberového súboru, mala prispieť jeho distribúcia administrátormi profilov „Muzeum.sk“ a „Noc múzeí a galérií“. Na dotazník reagovalo 97 respondentov, ktorí navštívili vybrané múzeá a galérie v rokoch 2015 a 2016. Z uvedenej početnosti bolo 67 % návštevníkov múzeí a 33 % návštevníkov galérií. Najviac (31 %) respondentov predstavovali návštevníci Oravského múzea P. O. Hviezdoslava v Dolnom Kubíne. Necelých 20 % tvorili návštevníci Stredoslovenského múzea v Banskej Bystrici a necelých 17 % návštevníci Hradného múzea Filákov. Z Galérie Jána Koniarka v Trnave a z Tatranskej galérie v Poprade sa nám podarilo získať rovnaký podiel respondentov (11 %). Najmenej (10 %) respondentov predstavovali návštevníci Galérie umenia Ernesta Zmetáka v Nových Zámkoch. Cieľom návštev boli prevažne stále expozície (70 %). Najčastejšie prichádzali respondenti do múzea, resp. galérie s partnerom/partnerkou (29 %) alebo s rodinou s deťmi (25 %).

Na zisťovanie miery spokojnosti návštevníkov používame Likertovu škálu (1 = veľmi nespokojný/á, 5 = veľmi spokojný/á). Na stupnici od 1 do 5 (1 = absolútne nedôležité, 5 = absolútne dôležité) hodnotili respondenti aj dôležitosť animačných služieb. Získané údaje spracúvame v softvérových programoch SPSS 13.0 a MS Excel a interpretujeme metódami

deskriptívnej štatistiky. Korelačný vzťah medzi počtom poskytovaných animačných služieb a spokojnosťou návštevníkov verifikujeme Spearmanovým korelačným koeficientom.

3 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Slovenské múzeá a galérie začínajú postupne nasledovať svetové trendy a aktívnejším prístupom na trhu cestovného ruchu flexibilnejšie reagovať na meniace sa požiadavky dopytu. Potvrdzujú to aj výsledky prieskumu, podľa ktorých sú animačné služby súčasťou ponuky všetkých vybraných kultúrnych zariadení. V skúmaných múzeách je ponuka animačných služieb rozsiahlejšia a pestrejšia ako v skúmaných galériách. Najviac animačných služieb poskytujú múzeá s hradnými expozíciami. Najčastejšie sú súčasťou ponuky tematické prehliadky a prehliadky so sprievodcami v kostýmoch. Z iných animačných služieb ide predovšetkým o divadelné a hudobné predstavenia ako súčasť programov organizovaných podujatí (tabuľka 1).

Tabuľka 1 Ponuka animačných služieb vo vybraných múzeách a galériách

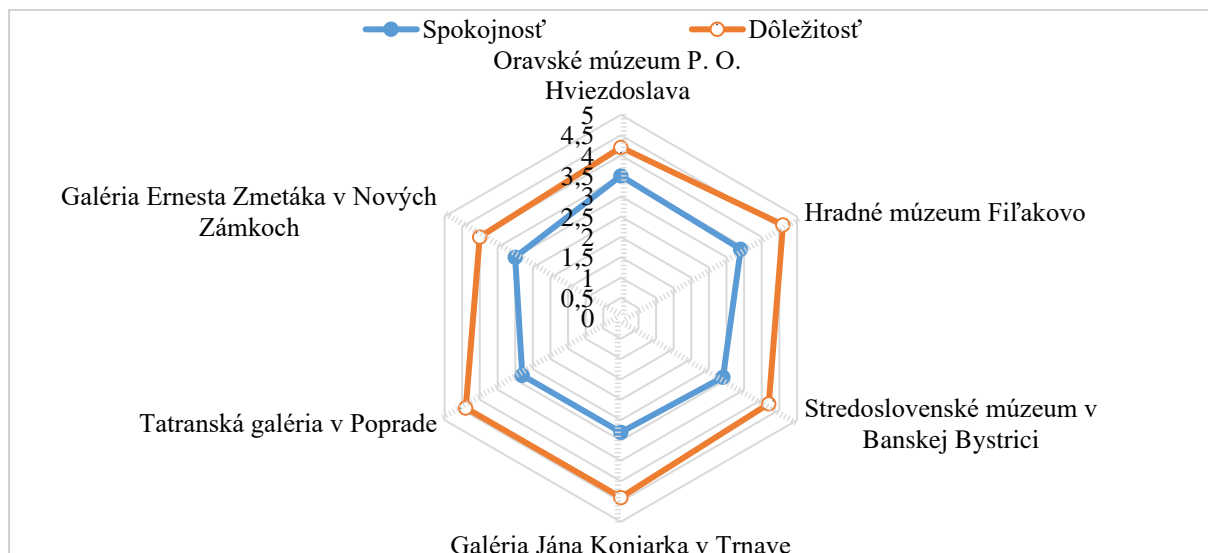
Počet služieb	Abs.	Rel.	Zameranie služieb	Abs.	Rel.
Žiadne	0	0,0	Tematické prehliadky	5	83,3
Jedna	1	16,7	Sprevádzanie v kostýmoch	3	50,0
Dve	2	33,3	Ukážky dobových hier, rytierskych súbojov	2	33,3
Tri	2	33,3	Ukážky remesiel	2	33,3
Štyri	0	0,0	Tvorivé dielne	2	33,3
Päť	1	16,7	Iné	2	33,3
Spolu	6	100,0			

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Podľa informácií z webových stránok múzeí a galérií sa organizovanie podujatí s animačnými službami koncentruje predovšetkým na letné mesiace. Napriek výrazným rozdielom v návštevnosti múzeí a galérií počas roka sa tak tento nástroj na ovplyvňovanie rozloženia dopytu stále dostatočne nevyužíva.

Priemerné hodnotenie dôležitosti animačných služieb (4,3) respondentmi zo všetkých skúmaných múzeí a galérií však naznačuje, že práve podujatia s atraktívnou animáciou môžu byť stimulom k ich návšteve aj v mimosezónne. Najviac dôležité boli animačné služby pre návštevníkov Hradného múzea vo Filárove (4,6). Ich priemerné hodnotenie spokojnosti s animačnými službami (3,4) je podobné priemernej spokojnosti všetkých respondentov (3,2). Najspokojnejší s poskytnutými animačnými službami boli návštevníci Oravského múzea P. O. Hviezdoslava (4,2) a naopak, najmenšiu spokojnosť (2,8) vyjadrili návštevníci Galérie Jána

Koniarka v Trnave, v ktorej je rozdiel medzi úrovňou dôležitosti a spokojnosti najvýznamnejší. Miera spokojnosti respondentov s animačnými službami je však pod úrovňou dôležitosti, ktorú jej priradujú, vo všetkých skúmaných múzeách a galériách (graf 1).



Graf 1 Analýza dôležitosti a spokojnosti zameraná na animačné služby vybraných múzeí a galérií

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

V hodnotení dôležitosti animačných služieb návštevníkmi múzeí a návštevníkmi galérií neexistujú veľké rozdiely. Takmer polovica respondentov skúmaných múzeí ich považuje za veľmi dôležité a pre takmer tretinu respondentov sú dôležité. Podobne hodnotili dôležitosť animačných služieb aj respondenti zo skúmaných galérií (tabuľka 2).

Tabuľka 2 Početnosti respondentov podľa dôležitosti animačných služieb v %

Druh atraktivít/Miera dôležitosti	5	4	3	2	1	0
Múzeá	53,8	26,2	13,8	6,2	0,0	0,0
Galérie	50,0	31,3	12,5	6,3	0,0	0,0
Spolu	52,6	27,8	13,4	6,2	0,0	0,0

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Pozn.: 5 = absolútne dôležité, 1 = absolútne nedôležité, 0 = neviem posúdiť.

V súvislosti s hodnotením spokojnosti zaznamenávame spokojnejších respondentov skôr v múzeách ako v galériách. Percentuálny podiel veľmi spokojných a spokojných (spolu 50 %) bol najvyšší v Oravskom múzeu P. O. Hviezdoslava. Celkovo animačné služby dostatočne uspokojili takmer 40 % respondentov. Naopak, viac ako štvrtine respondentov sa očakávaná nenaplnili. Nespokojným návštevníkom chýbala predovšetkým animácia pre dospelých

a často negatívne hodnotili aj časové obmedzenia poskytovania animačných služieb napr. iba počas víkendov alebo sviatkov (tabuľka 3).

Tabuľka 3 Početnosti respondentov podľa spokojnosti s animačnými službami v %

Druh atraktivít/Miera spokojnosti	5	4	3	2	1	0
Múzeá	9,2	33,8	27,7	20,0	1,5	7,7
Galérie	3,1	21,9	25,0	34,4	3,1	12,5
Spolu	7,2	29,9	26,8	24,7	2,1	9,3

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Pozn: 5 = veľmi spokojný/á, 1 = veľmi nespokojný/á, 0 = neviem posúdiť.

S cieľom lepšie uspokojovať požiadavky jednotlivých cieľových skupín návštevníkov, je vhodné analyzovať ich spokojnosť s animačnými službami aj podľa rôznych identifikačných znakov. Z hľadiska členenia návštevníkov podľa zdrojového regiónu navštívilo skúmané múzeá a galérie 35 miestnych obyvateľov a 62 návštevníkov z iných regiónov. Podiel súčtu veľmi spokojných a spokojných miestnych obyvateľov je pritom takmer o 10 % vyšší ako podiel súčtu veľmi spokojných a spokojných návštevníkov, ktorí pricestovali do múzea, resp. galérie z iných regiónov.

Podľa pohlavia navštívilo skúmané múzeá a galérie viac žien (57) ako mužov (40). Porovnanie miery ich spokojnosti s animačnými službami naznačuje mierne väčšiu spokojnosť žien. Až tretina respondentov mužského pohlavia bola nespokojná alebo veľmi nespokojná (tabuľka 4).

Tabuľka 4 Spokojnosť respondentov s animačnými službami podľa identifikačných znakov v %

Identifikačný znak	Miera spokojnosti					
	5	4	3	2	1	0
Vzťah k regiónu						
Miestni obyvatelia	5,7	40	22,9	22,9	0,0	8,6
Návštevníci	8,1	24,2	29,0	25,8	3,2	9,7
Pohlavie	5	4	3	2	1	0
Ženy	8,8	33,3	21,1	22,8	0,0	14,0
Muži	5,0	25,0	35,0	27,5	5,0	2,5
Vek	5	4	3	2	1	0
menej ako 25 rokov	11,5	30,8	38,5	15,4	0,0	3,8
25 – 35 rokov	2,9	25,7	25,7	31,4	2,9	11,4
36 – 45 rokov	16,7	33,3	16,7	27,8	0,0	5,6
46 – 55 rokov	0,0	50,0	30,0	20,0	0,0	0,0
56 a viac rokov	0,0	12,5	12,5	25,0	12,5	37,5

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Pozn.: 5 = veľmi spokojný/á, 1 = veľmi nespokojný/á, 0 = neviem posúdiť.

Spokojnosť návštevníkov s animačnými službami múzeí a galérií sa ako jedna z čiastkových spokojností s produktom môže spolupodieľať na ich celkovej spokojnosti, ktorá je predpokladom šírenia dobrého mena a opätovnej návštevy v budúcnosti (Gúčik, 2010). Z 97 respondentov bolo s návštevou spokojných vyše 40 %. Necelých 20 % bolo veľmi spokojných. Najčastejšie (43,3 %) odchádzali respondenti veľmi spokojní z Oravského múzea P. O. Hviezdoslava v Dolnom Kubíne. Naopak, najväčší podiel veľmi nespokojných (9,1 %) a nespokojných (36,4 %) respondentov bol v Galérii Jána Koniarka v Trnave. Aj v priemere boli návštevníci galérií nespokojnejší ako návštevníci múzeí. Celkovo bola s návštevou múzeí a galérií nespokojná takmer pätina respondentov (tabuľka 5).

Tabuľka 5 Početnosti respondentov podľa spokojnosti s návštevou múzeí a galérií v %

Druh atraktivity/Miera spokojnosti	5	4	3	2	1
Múzeá	26,2	52,3	10,8	10,8	0,0
Galérie	6,3	25,0	34,4	25,0	9,4
Spolu	19,6	43,3	18,6	15,5	3,1

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Pozn.: 5 = veľmi spokojný/á, 1 = veľmi nespokojný/á.

K celkovej spokojnosti rôznych cieľových skupín návštevníkov múzeí a galérií môže prispievať aj širšia ponuka služieb, ktorá má väčšie predpoklady na uspokojovanie ich diferencovaných potrieb. Medzi počtom poskytovaných animačných služieb a celkovou spokojnosťou návštevníkov existuje priama stredne silná závislosť (Spearmanov korelačný koeficient = 0,554; p-hodnota = 0). Vo všeobecnosti to znamená, že návštevníci múzeí a galérií, ktoré poskytujú viac animačných služieb, sú spokojnejší.

ZÁVER

Animácia ako aktivizujúci prvok produktu cestovného ruchu sa v súčasnosti stáva aj prirodzeným očakávaním návštevníkov múzeí a galérií. Mieru dôležitosti animačných služieb pre návštevníkov, ako aj mieru spokojnosti s nimi, sme skúmali v podmienkach troch slovenských múzeí a troch slovenských galérií. Z výsledkov analýzy vyplýva, že aj na danej vzorke kultúrnych atraktivít môžeme pozorovať súvislosti, ktorými ponuka animačných služieb ovplyvňuje spokojnosť návštevníkov. Jednou z nich je relatívne silný korelačný vzťah medzi počtom poskytovaných animačných služieb a celkovou spokojnosťou návštevníkov. Na existujúce nedostatky v ponuke animačných služieb upozorňuje manažment vybraných múzeí

a galérií vysoký podiel nespokojných respondentov, čo nabáda k prijatiu opatrení na zlepšenie aktuálneho stavu.

Vzhľadom na účinky animácie, je potrebné lepšie prispôbiť animačné služby jednotlivým segmentom návštevníkov podľa rôznych charakteristík. Okrem prítťažlivej animácie pre deti nemožno podceňovať ani pútavé oživenie produktu pre dospelých návštevníkov, ktoré možno využívať na regulovanie dopytu počas celého roka. Zaujímavosť prezentácií vystavovaných exponátov je možné zvýšiť aj využívaním moderných audiovizuálnych prezentácií v simulovanom viacrozmerom virtuálnom prostredí. Pre starších a v ovládaní informačno-komunikačných technológií menej zdatných návštevníkov je nevyhnutné zabezpečiť asistenciu animátorov, prípadne sprievodcov.

Kvalitná animácia, zabezpečovaná kvalifikovanými zamestnancami, sa tak môže spájať s dodatočnými nákladmi, ktoré sa vzhľadom na pretrvávajúcu zložitú hospodársku situáciu múzeí a galérií na Slovensku obvykle premietajú do cien vstupného. S cieľom podporovať často nedostatočný záujem verejnosti o autentickú kultúru je napriek tomu dôležité, aby tieto zariadenia nezostali pasívne a konzervatívne, ale nasledovali príklad úspešných zahraničných kultúrnych zariadení a hľadali spôsoby lepšieho využitia animácie v prospech udržateľného sprístupňovania kultúrneho dedičstva celej spoločnosti.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

BARTHA, I. 2011. Geschichte erleben – Besucherwünsche und deren Auswirkung auf die Angebotsgestaltung in einem Schloss. In Kultur als touristischer Standortfaktor. Potentiale – Nutzung – Management. (Ed.A. Kagermeier, A. Steinecke) Paderborn : Universität Paderborn, 2011. ISBN 978-3-98111084-5, s. 19 – 34.

CASSOVÁ, G., JAHRIK, S. 1998. Heritage tourism: Montana's hottest travel trend. In Montana Business Quarterly, roč. 36, 1998, č. 2. ISSN 0026-9921, s. 8 – 18.

DRAGICEVIC, M., LETUNIC, S., PISAROVIC, A. 2013. Tourists' experiences and expectations towards museums and art galleries – empirical research carried out in Dubrovnik. In Recent Advances in Business Management and Marketing. Dubrovnik : WSEAS Press, 2013. ISBN 978-960-474-306-3, s. 225 – 232

GÚČIK, M. 2010. Cestovný ruch. Úvod do štúdia. Banská Bystrica: Dali BB, 2010. 308 s. ISBN: 978-80-89090-80-8.

GÚČIK, M. a kol. 2004. Krátky slovník cestovného ruchu. Banská Bystrica : Slovak – Swiss Tourism, 2004. 174 s. ISBN 80-88945-73-9.

KESNER, L. 2005. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1104-4.

KOTÍKOVÁ, H., SCHWARTZHOFFOVÁ, E. 2010. Animace jako součást produktů kulturního cestovního ruchu. In *Aktuální problémy cestovního ruchu – Kulturní cestovní ruch*. Jihlava : Vysoká škola Polytechnická Jihlava, 2010. ISBN 978-80-87035-31-3, s. 46 – 50.

MARÁKOVÁ, V. 2001. Využitie múzeí v ponuke cestovného ruchu. In *Kultúra a cestovný ruch. Zborník z vedeckej konferencie*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2001. ISBN 80-8055-507-9, s. 61 – 64.

MARTILLA, J. A., JAMES, J. C. 1977. Importance - performance analysis. In *Journal of Marketing*, roč. 41, 1977, č. 1. ISSN 0022-2429, s. 77 – 79

NOWACKI, M. 2012. Atrakcje turystyczne: koncepcje, stan, determinanty zadowolenia osób zwiedzajacych. Poznań : Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, 2012. 381 s. ISBN 978-83-61414-60-5.

OLEJÁROVÁ, M. 2015. Trendy v rozvoji kulturného cestovného ruchu. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 48, 2015, č. 3. ISSN 0139-8660, s. 184 – 190.

ORIEŠKA, J. 2003. Animácia v cestovnom ruchu. Banská Bystrica : Občianske združenie EKONÓMIA, 2003. 116 s. ISBN 80-8055-858-2.

RITCHIE, B. 2008. Visitor attraction satisfaction benchmarking project. [online]. [cit. 2018-02-02]. Dostupné na internete: <http://www.sustainabletourisonline.com/awms/Upload/Resource/90069_Richie_AttSatbenchmarking%20WEB.pdf>.

ŠOBÁŇ, M. 2008. Úvod do animačních činností a její specifika. In *FRIEDLOVÁ, M. 2008. Umění: prostor pro život a hru: Animátor umění*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, 124 s. ISBN 978-80-244-1995-4.

KONTAKT

Ing. Kristína Pančíková, doc. Ing. Ján Oriška, PhD.

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici

Ekonomická fakulta

Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, Slovensko

kristina.pancikova@umb.sk, jan.orieska@umb.sk