

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

---

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch



## **ÚZEMNÍ VZTAHY A PROPOJENÍ REKREAČNÍCH FUNKCÍ VE VYBRANÉ OBLASTI**

Diplomová práce

AUTOR: Marie Tichá

VEDOUCÍ PRÁCE: RNDr. Blažena Gehinová

---

2008

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**  
**Ekonomická fakulta**  
**Katedra obchodu a cestovního ruchu**  
**Akademický rok: 2006/2007**

**ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Marie TICHÁ**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Územní vztahy a propojení rekreačních funkcí ve vybrané oblasti**

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

**Cíl práce:**

Provést analýzu potenciálu cestovního ruchu v Třeboni a jeho zázemí. Analyzovat možnosti partnerství mezi subjekty cestovního ruchu. Navrhnout optimální formy propojení rekreačních funkcí mezi subjekty cestovního ruchu.

**Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury
2. Analýza rekreačních aktivit a subjektů rozvoje cestovního ruchu
3. Marketingový výzkum potřeb návštěvníků a SWOT analýza
4. Návrh opatření a možností efektivního rozvoje rekreačního potenciálu v řešeném území

**Rámcová osnova:**

1. Úvod. 2. Literární přehled. 3. Cíle a použitá metodika. 4. Analýza a návrh forem rekreačních funkcí. 5. Závěr. 6. Resumé v anglickém jazyce. 7. Použitá literatura. 8. Přílohy.

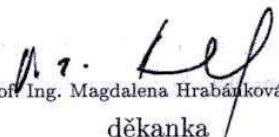
Rozsah grafických prací: dle potřeby  
Rozsah pracovní zprávy: 50 - 60 stran  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

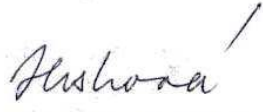
- Foret, M.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, a.s., 2001.  
Havlová, M.: Třeboň: historie, architektura, příroda, společnost, osobnosti, tradice, zajímavosti, informace. Plzeň: Fraus, 2005.  
Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2006.  
Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada Publishing, a.s., 2003.  
Janečková, L.: Marketing měst a obcí. Praha: Grada Publishing, a.s., 1999.  
Kotler, P.: Marketing - management. Praha: Grada Publishing, a.s., 2001.  
Kozel, R.: Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006.  
Orieška, J.: Technika služeb v cestovním ruchu. Praha: Idea Servis, 1994.  
Stříbrná, M.: Venkovská turistika a agroturistika. Praha: ProfiPress, s.r.o., 2005.

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Blažena Gehinová**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **2. března 2007**  
Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2008**

  
prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.  
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (26)  
370 05 České Budějovice

  
doc. Ing. Marie Hesková, CSc.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 14. března 2007

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně pod vedením paní RNDr. Blaženy Gehinové. K práci jsem použila literaturu a pramenů, uvedených v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě, Ekonomickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích  
dne 24. 4. 2008

.....

Marie Tichá

*Ráda bych poděkovala vedoucí mé diplomové práce paní RNDr. Blaženě Gehinové za obsahové vedení, cenné rady a věcné připomínky. Dále děkuji všem lidem, kteří mi poskytli podklady a informace potřebné pro vypracování této diplomové práce. Mé poděkování za ochotu patří i oponentovi práce paní Mileně Petrovičové. Na závěr bych vyjádřila dík své rodině a přátelům za podporu.*

# OBSAH

1	Úvod .....	8
2	Literární přehled .....	11
3	Cíl práce a metodika .....	21
4	Analýza zkoumané oblasti .....	24
4.1	Vymezení území .....	24
4.2	Město Třeboň .....	24
4.3	Analýza primární nabídky cestovního ruchu .....	25
4.3.1	Přírodní potenciál .....	25
4.3.2	Kulturně-historický potenciál .....	27
4.3.3	Kulturně-společenské, sportovní a jiné akce .....	28
4.4	Analýza sekundární nabídky cestovního ruchu .....	28
4.4.1	Turistická suprastruktura .....	28
4.4.2	Turistická infrastruktura .....	31
4.4.3	Všeobecná infrastruktura .....	33
5	Analýza rekreačního potenciálu Třeboňska .....	34
5.1	Lázeňský typ destinace .....	34
5.1.1	Bertiny lázně .....	36
5.1.2	Lázně Aurora .....	38
5.1.3	Porovnání třeboňských lázní s ostatními lázněmi v jižních Čechách .....	39
5.2	Typ destinace u vodních ploch .....	41
5.2.1	Zlatá stoka .....	42
5.2.2	Rybník Svět .....	43
5.2.3	Opatovický rybník .....	43
5.2.4	Rybník Rožmberk .....	44
5.2.5	Výlovy jihočeských rybníků .....	45
5.3	Kulturně-poznávací typ destinace .....	46
5.3.1	Státní zámek Třeboň .....	47
5.3.2	Schwarzenberská hrobka .....	48
5.3.3	Kostel sv. Jiljí .....	50
5.3.4	Pivovar Regent .....	50
5.3.5	Vodárenská věž .....	51

5.4	Program turistického rozvoje Třeboňského regionu .....	52
5.4.1	Kulturně-poznávací cestovní ruch na Třeboňsku .....	53
5.4.2	Lázeňský cestovní ruch na Třeboňsku .....	53
5.4.3	Gastroturistika na Třeboňsku .....	54
6	Aktéři cestovního ruchu v Třeboni .....	55
6.1	Členství města Třeboň .....	57
6.2	Partnerství města se zahraničím .....	59
6.2.1	Schrems – Rakousko .....	59
6.2.2	Utena – Litva .....	60
6.2.3	Interlaken – Švýcarsko .....	61
6.2.4	Horsens – Dánsko .....	61
6.3	Informační a kulturní středisko .....	62
6.4	Místní akční skupina Třeboňsko o.p.s. ....	64
6.5	Třeboňská rozvojová společnost .....	66
6.6	Správa Chráněné krajinné oblasti a biosférické rezervace Třeboňsko .....	67
6.7	Sdružení lázeňských míst České republiky .....	68
6.8	Jihočeská centrála cestovního ruchu .....	69
7	Interpretace výsledků terénního výzkumu .....	72
7.1	Výsledky dotazníkového šetření .....	72
7.2	Závěry z dotazníkového šetření .....	81
7.3	Verifikace hypotéz .....	83
7.4	SWOT analýza .....	85
8	Návrhy na propojení rekreačních funkcí v Třeboni .....	92
8.1	„Křčínův balíček“ .....	93
8.2	„Advent na ledě“ .....	95
8.3	„Bertiny líbánky“ .....	97
9	Zhodnocení možností destinačního managementu v Třeboni .....	100
10	Závěr .....	103
11	Summary .....	106
12	Seznam použité literatury .....	108
13	Seznam grafů, tabulek a obrázků .....	113
14	Seznam příloh .....	114
15	Přílohy	

# 1 Úvod

Cestovní ruch je neodmyslitelnou součástí moderních ekonomik. Přibližně 760 milionů turistů celosvětově generuje obrat ve výši 500 mld. EUR. Největší turistický potenciál má přes narůstající význam asijských destinací stále ještě Evropa, kam podle odhadů směřuje polovina všech turistů a stejně tak odsud polovina turistů vyjíždí. Také v České republice je cestovní ruch jedním ze strategických odvětví národního hospodářství a přispívá 8,1 % k celkovému HDP. Jeho rozvoj je jednou z možností jak přispět k celkovému zlepšení ekonomické situace v zemi, zvýšit zaměstnanost a současně životní úroveň obyvatel. Rozvoj cestovního ruchu má i další pozitivní efekty neekonomického rázu. Především s sebou nese zlepšení životního prostředí, příznivě ovlivňuje vzhled měst a obcí, zlepšuje a udržuje stav kulturních a historických památek, přispívá ke zlepšení dopravní obslužnosti.

Hlavním strategickým aspektem rozvoje cestovního ruchu je zvýšení prosperity kraje. Predispozice Jihočeského kraje pro rozvoj cestovního ruchu jsou rozvíjeny dlouhodobě. Už před rokem 1989 byl Jihočeský kraj oblíbenou destinací turistů. Tento fakt odlišuje region od jiných částí České republiky. Jihočeský kraj disponuje na rozdíl od jiných regionů pestrou skladbou turistických atraktivit, rekreačními rybníky počínaje a vysokou koncentrací historických památek konče. Výhodou kraje jsou svým způsobem již hotové produkty, které musí jiné regiony teprve vytvářet.

Jihočeský kraj je tedy charakterizován jako region využívající potenciálu významné geografické polohy, zachovalého přírodního bohatství, historických a kulturních památek, tradice místního folklóru, lidových řemesel a lázeňství k vytvoření prostředí atraktivního pro zahraniční i české návštěvníky, vhodného pro sportovní aktivity, aktivní odpočinek, kulturní vyžití a vzdělávací akce, co nejvíce otevřený všestranné spolupráci se zahraničím, se sousedními regiony a integrovaný do evropských struktur. (66)

Rozvoj cestovního ruchu nelze ponechat pouze v teoretické podobě, ale prakticky ho zabezpečovat prostřednictvím organizací cestovního ruchu. K tomu je třeba mít jasně definovaná území, aby organizace cestovního ruchu měla konkrétní partnerské subjekty – obce, podnikatele, neziskové organizace, svazky obcí a měst. (54)



Schématické pojetí cestovního ruchu zachycuje významné aktéry cestovního ruchu v destinaci, mezi které patří jak instituce veřejného, tak i soukromého sektoru. Nejedná se však jen o podnikatelské subjekty a orgány veřejné správy, ale také o místní obyvatele a o zájmové organizace či asociace. Vzájemná spolupráce rozšiřuje možnosti jednotlivých partnerů, kteří nejen, že zastávají svoji roli, ale také jsou zodpovědní za určité aktivity.

Úspěšnost destinace na trhu tedy závisí na míře kooperace mezi poskytovateli služeb navzájem a představiteli veřejného sektoru. Na tvorbě produktu se podílí mnoho soukromých provozovatelů, ani veřejný sektor nelze vynechat. Každý však primárně sleduje své vlastní zájmy. Potom právě střet veřejného a soukromého sektoru vytváří živnou půdu pro vznik konfliktů a nekoordinovanost postupů zainteresovaných subjektů. Spotřebitele však nepochybně zajímá konečný efekt, produkt, který uspokojuje jeho potřeby a přání. Předpokladem uspokojení potřeb a přání klienta je potom spolupráce všech aktérů. Uzavření partnerství a jeho naplňování doprovází i řada problémů, které mohou plynout z nízké míry kooperace mezi aktéry, nedostatečnou důvěrou, neakceptováním své role či zodpovědnosti nebo z nedokonalé legislativy. (64)

Všechny subjekty podnikající v cestovním ruchu - tedy i destinace, pracují na trhu se stejným cílem a všichni by měli mít alespoň základní znalosti z oblasti marketingu, komunikace, komunikačního mixu, komunikační kapacity médií a další specializované znalosti a dovednosti. Jejich ovládnutí je nezbytně nutné, pokud chceme bezchybně provádět aktivity jako definování správného sdělení, nalezení požadované cílové skupiny, výběr vhodného média, oslovení cílových skupin nebo celého trhu.

Pro zajištění svých cílů se všechny subjekty v cestovním ruchu musí snažit využít marketingových přístupů co nejlépe. Jedná se o cestovní kanceláře, ubytovací, stravovací, relaxační a jiná zařízení (kulturní a zábavní centra, muzea, sportovní areály, lázně atd.), dopravní společnosti, zákaznický atraktivní místa, ale destinace jako celek. Pro využití marketingu pro destinaci a řízení destinace podle těchto pravidel se používá pojem destinační management. (49)

Třeboňsko patří k turisticky atraktivním oblastem v České republice. Nabízí bohaté kulturní a technické dědictví a zachovalou přírodu. Nyní se vzhledem k novým podmínkám, daným vstupem České republiky do Evropské unie, kandidaturou Třeboňského rybníkářského dědictví do světového dědictví UNESCO a vytvořením oblastí NATURA 2000, otevírají nové možnosti a nové podněty pro rozvoj cestovního ruchu na Třeboňsku.

Rozvoj cestovního ruchu je na Třeboňsku jedním z důležitých ekonomických faktorů. Vytváří nové pracovní příležitosti, podporuje rozvoj služeb a má význam pro rozvoj celého regionu. Cestovní ruch je nutno rozvíjet a usměrňovat v souladu s vhodnou strategií, která bude znamenat zachování hodnot zdejší přírody a krajiny a trvale udržitelný ekonomický rozvoj regionu, založený hlavně na zemědělských aktivitách a tradičních řemeslech, doplněných měkkými formami turistiky, včetně poskytování služeb návštěvníkům, jako je například ubytování, průvodcovské služby, prodej místních produktů a podobně. Všechny tyto aktivity mohou mít jeden společný cíl – trvale udržitelný rozvoj regionu a posílení jeho významu nejen v rámci republiky, ale i na mezinárodní úrovni. Správa Chráněné krajinné oblasti a Biosférické rezervace vítá aktivity, které nacházejí nové formy využití pro stávající objekty a jsou v souladu s místním charakterem, krajinným rázem a kulturním dědictvím oblasti. V současné době spolupracuje s obcemi a nevládními organizacemi na projektech, které se zaměřují na trvale udržitelný rozvoj celé oblasti. (43)

## 2 Literární přehled

Podle UNWTO (United Nation World Tourism Organization) se **cestovním ruchem** rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležící mimo její trvalé bydliště, a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. (Hesková, 2006)

Pro pochopení cestovního ruchu je dobré uvést postřeh Christophera Coopera, že „cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem. Cestovní ruch zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem. Cestovní ruch se uskutečňuje ve volném čase, ale ne celý volný čas je věnován cestovnímu ruchu“.

(In Pásková, Zelenka, 2002)

**Subjekt cestovního ruchu** reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z hlediska statistiky je účastníkem cestovního ruchu cestující označený jako návštěvník, turista nebo výletník.

*Návštěvník* je osoba, která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok s tím, že hlavní účel cesty je v obou případech jiný než výkon výdělečné činnosti.

*Turista* je osoba, která v domácím, resp. zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu je spojena minimálně s jedním přenocováním. Z hlediska délky pobytu se přitom rozlišuje *turista na dovolené*, který pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní (v ČR 2-3 noci), krátkodobě pobývajícím turistu, který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním.

*Výletník* je návštěvník, který necestuje na kratší dobu než 24 hodin s tím, že přenocuje v navštíveném místě. (Hesková, 2006)

**Objektem cestovního ruchu** je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky. Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. (Hesková, 2006)

Cíl cesty, region nebo lokalita, kde turista tráví svou dovolenou se nazývá **destinace**.

(Horner, Swarbrooke, 2003)

Ve výkladovém slovníku cestovního ruchu najdeme, že **destinace** je geografický prostor, který host volí jako cíl účasti na cestovním ruchu. Zahrnuje komplex služeb pro potřeby cestovního ruchu. Termín je využíván v různém pojetí a nemusí souviset pouze s cestovním ruchem. (Pásková, Zelenka, 2002)

V literatuře lze nalézt i jiné definice. Bieger **destinaci** definuje jako „*prostor (místo, region), který si host (nebo segment hostů) vybírá jako cíl své cesty. Pro pobyt disponuje všemi nezbytnými zařízeními pro bydlení, stravování, zábavu. Tím se stává produktem a jednotkou hospodářské soutěže, která musí být jako taková strategicky řízena.*“

(In Palatková , 2006)

**Destinace cestovního ruchu** je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. (Királ'ová, 2003)

Podle UNWTO představuje **destinace** místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.

D. Buhalis tvrdí, že je pro **destinaci** cestovního ruchu charakteristických šest komponentů, nazývaných též „šest A“:

- attractions – primární nabídka cestovního ruchu, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolá návštěvnost,
- accessibility and ancillary services – všeobecná infrastruktura, která umožňuje přístup do destinace, pohyb za atraktivitami destinace, patří sem také služby využívané především místními obyvateli,
- amenities – suprastruktura a infrastruktura cestovního ruchu, které umožňují pobyt v destinaci a využití jejich atraktivit,
- available packages – připravené produktové balíčky,
- activities – rozmanité aktivity. (In Királ'ová, 2003)

**Nabídka cestovního ruchu** je reprezentována souhrnem všech komponentů nutných k realizaci účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů. Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární.

Komponenty **primární nabídky** cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace; struktura, rozmístění a úroveň **sekundární nabídky** cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivitu cestovního ruchu. (Malá, 1999)

**Primární nabídka cestovního ruchu** zahrnuje základní složky produktu destinace cestovního ruchu, a to přírodní, kulturně-historický a kulturně-společenský potenciál.

*Přírodní potenciál* destinace představuje soubor podmínek, které jsou významným činitelem a vnějším motivačním faktorem determinujícím účast na cestovním ruchu. V této souvislosti jde o geomorfologický, klimatický, hydrologický a biologický potenciál.

*Kulturně-historický potenciál* destinace tvoří uměle vytvořené, lokalizované složky produktu. Patří sem ty atraktivity, které svou hodnotou přitahují určitý okruh návštěvníků. V této souvislosti jde o hrady a zámky, muzea a skanzeny, církevní památky, městské památkové rezervace, národně-historické památky, zábavní a tematické parky.

*Kulturně-společenské, sportovní a jiné akce* patří k uměle vytvořeným, organizovaným složkám produktu. V této souvislosti jde především o analýzu veletrhů a výstav; kongresů a sympózií; hudebních, folklórních a filmových festivalů; sportovních, náboženských a obchodních akcí. (Királ'ová, 2003)

**Sekundární nabídka cestovního ruchu** představuje prostředky ke splnění tužeb a očekávání účastníků cestovního ruchu. Tvoří ji turistická suprastruktura a infrastruktura, všeobecná infrastruktura.

*Turistická suprastruktura*, která zahrnuje ubytovací a hostinská zařízení, vytváří podmínky pro využívání primární nabídky cestovního ruchu a dlouhodobý pobyt návštěvníka v destinaci.

*Turistickou infrastrukturu* tvoří tour operátoři, cestovní kanceláře a cestovní agentury; informační kanceláře cestovního ruchu; směnárny; sportovně-rekreační zařízení; kulturně-společenská zařízení; rekreační doprava; záchranná služba.

*Všeobecná infrastruktura* zahrnuje dopravu a dopravní dostupnost; půjčovny automobilů; obchodní síť a síť služeb; technické sítě; zásobování vodou, elektřinou, plynem; likvidace odpadů. (Királ'ová, 2003)

**Služby** jsou rozhodující součástí produktu cestovního ruchu. Představují heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, tj. produkují je nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru.

Gúčík definuje **služby cestovního ruchu** jsou osobní a z části i společenské, tržní i netržní a také exportovatelné. (In Hesková, 2006)

Podle A. Payna je **služba** činnost, která má v sobě určitý prvek nehmatatelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. (Payne, 1996)

Pro služby jsou charakteristické čtyři vlastnosti („4N“) – nehmatatelnost, nestálost, nedělitelnost a neskladovatelnost.

**Služby v cestovním ruchu** se diferencují na *služby cestovního ruchu*, které jsou výlučně nebo převážně určené na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Jde o služby dodavatelské (dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové a další) a zprostředkovatelské (cestovní kanceláře a agentury, turistické informační kanceláře, informační a distribuční systémy). *Ostatní služby* jsou určené převážně místnímu obyvatelstvu s tím, že účastníkům cestovního ruchu je určena část jejich produkce. Jde o *specializované služby pro cestovní ruch* (informační, pojišťovací, směnářské, pasových a celních orgánů) a *služby místní infrastruktury v cílovém místě*. (Orieška, 1998)

*Dopravní služby* umožňují přepravu účastníka cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do cílového místa a zpět. Zahrnují i pohyb v cílovém místě. Dopravními službami v cestovním ruchu rozumíme takové, které jsou spojené se zabezpečením vlastní přepravy účastníků a jejich zavazadel včetně poskytování informací o dopravním spojení, o rezervování míst v dopravních prostředcích, o prodeji dopravních cenin, o vyřizování reklamace apod.

*Ubytovací služby* souvisí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování v cílovém místě. Jejich součástí jsou i služby, které souvisejí s pobytem hostů v ubytovacím zařízení. V cílových místech poskytují ubytovací služby více kategorií a tříd ubytovacích zařízení.

*Stravovací služby* zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelný na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby. Pohostinská zařízení nabízejí služby účastníkům cestovního ruchu nejen v cílovém místě, ale i během cestování.

*Sportovně-rekreační služby* umožňují aktivně využívat přírodní a uměle vytvořené podmínky pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky. Jejich poskytování a spotřeba souvisí se snahou využít volný čas formou aktivního odpočinku včetně určitého stupně fyzické zátěže jako protipól převážně stereotypnímu způsobu života. Poskytují je sportovně-rekreační zařízení budovaná jako součást ubytovacích zařízení nebo jako součást vybavenosti cílových míst cestovního ruchu.

*Kulturně-společenské služby* uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Jejich poskytování je spojené s hlavním motivem kulturního a městského cestovního ruchu. Protože se spojují s poznáváním, zábavou a společenskou komunikací, jsou součástí i jiných druhů cestovního ruchu. Objekty kulturně-společenských služeb kulturně-historické objekty, kulturní a osvětová zařízení, společenská a zábavní zařízení. Dynamickou složku nabídky kulturně-historických služeb tvoří organizované akce.

*Lázeňské služby* tvoří komplex činností souvisejících s lázeňskou léčbou a pobytem v lázních. Lázeňská léčba je zaměřena na prevenci, účastí na ní se předchází onemocnění, u nemocných se má dosáhnout stabilizace nebo zlepšení zdravotního stavu. Poskytování lázeňských služeb vyžaduje existenci přírodních léčivých zdrojů, balneoterapeutická zařízení a zařízení umožňující pobyt během lázeňské léčby.

*Kongresové služby* jsou určené pro uspokojování potřeb účastníků kongresových akcí. Kongresové akce mají předem připravený odborný program se specifikovaným cílem jednání, který je kombinovaný s doprovodnými akcemi. Poskytování kongresových služeb vyžaduje existenci specifických materiálně-technických podmínek, které umožňují jednání, ubytování, stravování a efektivní využití volného času účastníků kongresových akcí.

Takovými podmínkami disponují kongresová centra a kongresové sály s komplexní vybaveností, které se budují samostatně, častěji však jako součást kulturně-spoločenských center nebo hotelových zařízení. (Orieška, 1998)

**Marketing služeb** představuje výchozí základnu pro rozvoj teorie a praxe marketingu cestovního ruchu. Obě sféry aplikace marketingu pracují se shodnými charakteristikami produktu a to především ve formě služby. Shrňeme-li hlavní charakteristiky služeb cestovního ruchu, lze konstatovat, že jsou výsledkem činnosti mnoha odvětví, která se podílejí na zabezpečení účasti klientů na cestovním ruchu; realizace má charakter služeb osobních; poskytování, realizace a spotřeba služeb cestovního ruchu je místně a časově propojena. (Hesková, 2006)

A. M. Morrison vymezuje **marketing cestovního ruchu** jako „*plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákaznických potřeb a požadavků, tak i cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací*“. (Morrison, 1995)

**Marketingový mix** je soubor taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení na trhu. Jedná se především o čtyři skupiny charakteristik, označovaných v marketingové literatuře jako „4P“: produkt, cena, místo a propagace. Marketing cestovního ruchu rozšiřuje tuto základní podobu marketingového mixu o další „4P“: lidé, tvorba balíčků, programování a partnerství. (Foret, 2001)

#### **Marketingový mix služeb – „5P“:**

Specifika produktu služeb jsou spojena s jeho nehmotným charakterem. Spotřebitelé kupují konkrétní užitek, celkovou spotřební hodnotu nabídky.

Volba efektivní cenové strategie je důležitá pro vnímání hodnoty a kvality služeb zákazníkem. Určení cenové strategie navazuje na analýzy provedené v oblasti produktu.

Co se týče místa, jde v podstatě o řešení vhodné lokalizace, místa poskytované služby a volba prodejních míst.

Při volbě nástrojů marketingové komunikace (komunikačního mixu – reklamy, podpory prodeje, public relations a osobního prodeje) je nutné vycházet ze specifík produktu služeb.



Skladba nástrojů komunikačního mixu musí být navržena s cílem odstranit nevýhody nehmotného produktu.

Úloha lidského faktoru v oblasti služeb je podstatně vyšší než je tomu u klasických produktů. Příklady potvrzují, že bez profesionálně zdatného personálu nelze službu na trhu úspěšně realizovat. Na druhé straně lidský faktor vystupuje zároveň jako spotřebitel, zákazník, klient. (Payne, 1996)

### **Marketingový mix cestovního ruchu:**

Podle Americké marketingové asociace se za produkt považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí. Proto sem řadíme jak fyzické předměty a služby, tak také osoby, místa, organizace, myšlenky, kulturní výtvoř apod. (Foret, 2001)

Hesková uvádí, že každá organizace v oboru cestovního ruchu má svůj vlastní produktový mix tvořící nabídku. Při rozhodování o šířce a hloubce nabízených služeb se využívá poznatků segmentace trhu. Nabídka by měla vycházet z analýzy spotřebitelského chování, klasifikace zákazníků, analýzy konkurence, možností firmy atd. (Hesková, 2006)

Cena a cenová tvorba je chápána jako finální část marketingového mixu. Plní dvě funkce, jednak je přímým determinantem rentability, jednak působí jako magnet, který zákazníky přitahuje nebo odrazuje. Cena obecně má informativní a obchodní dimenzi. (Hesková, 2006)

Foret charakterizuje místo jako rozhodnutí o tom, jakými cestami se náš produkt dostane na trh a k zákazníkovi, patří mezi nejdůležitější marketingové nástroje. Opačným pólem distribuce je dostupnost. Je nutné dostat produkt k zákazníkovi co nejdříve, ale také mu dít na vědomí, kde produkt najde nebo kde o něm získá co nejvíc informací. (Foret, 2001)

Podle Heskové je místo nástroj, pomocí jehož hledáme odpověď na otázku: jaký způsob dodání služeb cestovního ruchu a pohostinství bude nejefektivnější? (Hesková, 2006)

Záměrem celého komunikačního mixu je ovlivňovat spotřební chování zákazníka. V cestovním ruchu je efektivním nástrojem komunikačního mixu public relations. Zaměření oblastí PR podle skupin činností využitelných v cestovním ruchu je následující – vytváření firemní identity, krizová komunikace, lobbying, organizování akcí (event management). (Hesková, 2006)

Foret říká ohledně nástroje lidé, že pro oblast cestovního ruchu je velice důležitý výběr a způsob řízení zaměstnanců, ti jsou totiž neoddělitelně spjati s nabízeným produktem.

(Foret, 2001)

Nabídka balíčků služeb znamená kompletaci poskytovaných zájezdů a jejich programovou orientaci. Jejich tvorba zohledňuje individuální přání zákazníka, specifických zákaznických segmentů, pomáhá firmám zmírňovat výkyvy v nabídce a poptávce po službách. Příklady balíčků služeb jsou motivační zájezdy, rodinná dovolená, zájezdy pro seniory, horolezecké túry, lodní zájezdy. (Hesková, 2006)

Programování úzce navazuje na tvorbu balíčků služeb. Nástroje jsou propojené, mají za úkol vyvolat zájem o mimosezónní období u zákazníků, kdy je účastníkům ve střediscích cestovního ruchu poskytován další servis.

Tvorba balíčků služeb a programování mají za cíl eliminovat působení faktoru času a místa, zlepšovat rentabilitu poskytovaných služeb, využívat segmentační strategii a iniciovat kooperaci subjektů. (Hesková, 2006)

Foret o partnerství říká, že spokojenost zákazníků je v cestovním ruchu závislá na partnerech (dodavatelích), kteří se často ani neznají a nepůsobí ve stejném místě, proto je nutné, aby o sobě alespoň věděli, aby spolu komunikovali a hlavně spolupracovali, jsou totiž na sobě navzájem existenčně závislí. (Foret, 2001)

Podle Heskové by v produktech cestovního ruchu bez vzájemné spolupráce organizací nebylo možné realizovat některé typy produktů na trhu. Typy kooperací jsou ve formě horizontální a vertikální. Horizontální spolupráce firem představuje spolupráci ve stejné úrovni logistického pohybu produktů v určité oblasti, vertikální kooperace sleduje logistický pohyb produktů na principu dodavatel a odběratel. Příkladem vertikálních typů kooperací je franchising, tento typ kooperace je rozšířen v cestovním ruchu v oblasti ubytovacích služeb, rychlého stravování, půjčoven automobilů apod. (Hesková, 2006)

Za jeden z nejvýznamnějších prvků marketingového mixu cestovního ruchu se považuje partnerství, které znamená účast soukromého i veřejného sektoru při řízení obce a zároveň vytváření sítě vztahů s různými subjekty tvořícími a ovlivňujícími produkt.

(Janečková, 1999)

### **Marketingový mix v lázeňství:**

V lázeňství má produkt z podstatné části nehmotný charakter, zahrnuje kvalitu informací, způsob přijetí a odbavení lázeňských zákazníků, návaznost jednotlivých částí programů, procedur a podobně. Produkt v lázeňství je tvořen celým souborem služeb, které lze v daném lázeňském místě využívat.

Cena je základním prvkem marketingového mixu, jako jediný nástroj přináší zisk. Cena je často rozhodujícím faktorem o využití nebo nevyužití dané služby. Při tvorbě cen v lázeňských službách je vhodné využívat cenové diskriminace, kdy existuje více cen pro různé segmenty zákazníků. Stále ale platí fakt, že cena musí odrážet hodnotu, kterou jí zákazník přisuzuje a zároveň musí odrážet náklady.

Lázeňské subjekty mohou využívat široké spektrum distribučních cest podle charakteru služeb. Přímé formy distribuce jsou přímý prodej individuálním klientům, prodej zdravotním pojišťovnám. Nepřímé formy distribuce představují provizní prodej prostřednictvím cestovních kancelářů, prodej firmám nebo organizacím.

Komunikační mix zahrnuje všechny komunikační prostředky, které jsou marketingovým manažerům k dispozici. Je to tedy osobní prodej, reklama, public relations, podpora prodeje, přímý marketing, sponzorství, výstavy, obal, merchandising, internet. (Seifertová, 2003)

V zájmu jednotného postupu při nabízení destinace na trhu cestovního ruchu je nutno vytvořit **organizaci cestovního ruchu**, která bude efektivně koordinovat činnosti všech zainteresovaných subjektů působících v destinaci, bude schopna přizpůsobit se změnám na trhu a její odpovědnost za dosažené výsledky bude korespondovat s její možností tyto výsledky ovlivnit.

V **organizaci cestovního ruchu** by v této souvislosti měly být zastoupeny podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy, orgány místních samospráv a obyvatelé destinace. Podnikatelské subjekty se orientují na marketing a jejich cílem je, v zájmu dosažení ekonomického efektu, uspokojení potřeb požadavků návštěvníků. Orgány státní správy, místní samosprávy, občanské a kulturní organizace se obvykle orientují na řešení tří okruhů problémů týkajících se cestovního ruchu, a to ochrany, regulace a redistribuce.

Hlavními úkoly **organizace cestovního ruchu** v destinaci jsou formulace koncepce a strategie rozvoje cestovního ruchu, podpora rozvoje nabídky cestovního ruchu v souladu s měnícími se podmínkami na trhu, uskutečňování marketingových aktivit. (Királ'ová, 2003)

**Destinační management** je „soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společně sdílené logo, značka kvality, společný (sdílený) informačně - rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru cestovního ruchu i podpora profesních spolků, sdružení a organizací“. (Pásková, Zelenka, 2002)

**Destinační management** je podle Bartla a Schmidta „strategie a cesta pro silné regiony, které mají odvahu ke koncentraci sil pro společný rozvoj, organizaci a aktivní prodej svých klíčových konkurenčních výhod. Touto cestou vznikají destinace, které nabízejí klientovi perfektně zorganizovaný řetězec služeb odpovídající jeho volbě, který zahrnuje celý proces od informace a pohodlnou rezervaci přes bezchybný průběh pobytu až po návrat domů“. (www.vzdelavanivcr.cz –Marketingová komunikace pro destinaci, 2006)

**Management destinací** je strategií rozvoje, která reaguje na požadavky mezinárodního globálního trhu, směřuje k silným jednotkám, strategicky řízeným a konkurenceschopným. Výrazným prvkem v managementu destinace je vysoká míra spolupráce a kooperace jednotlivých subjektů účastnících se na řízení destinace. (Hesková, 2006)

### 3 Cíl práce a metodika

Diplomová práce je rozdělena na dvě části. Teoretická část přibližuje teorii cestovního ruchu, praktická část představuje sledované území – Třeboňsko. Hlavním cílem této práce je provést analýzu potenciálu cestovního ruchu v Třeboni a jejího zázemí. Analyzovat možnosti partnerství mezi subjekty cestovního ruchu a navrhnout optimální formy propojení rekreačních funkcí mezi těmito subjekty. Výsledkem analýzy bude zhodnocení rekreačních aktivit a úlohy destinačního managementu v Třeboni, návrhy na eliminaci stávajících nedostatků a vyzdvihnutí předností města.

Dílčím cílem bude vymezení rekreačních funkcí v Třeboni a analýza jednotlivých kulturně-historických památek a atraktivit, které představují pro místní cestovní ruch velký potenciál.

Realizaci práce předcházelo studium odborné literatury z oblasti cestovního ruchu, konkrétně o marketingu služeb, marketingu destinací, lázeňství, rybníkářství a studium publikací o Třeboni a okolí. Díky tomu bylo možné definovat klíčové pojmy jako například služby v cestovním ruchu, marketingový mix cestovního ruchu, destinaci cestovního ruchu a destinační management.

Mezi zdroje sekundárních externích údajů, které byly využívány, patří zprávy statistických úřadů, odborné publikace a periodika, informační databáze, výzkumné zprávy, internet – především stránky Ministerstva pro místní rozvoj, Jihočeské centrály cestovního ruchu a Českého statistického úřadu. Další údaje byly čerpány z propagačních a informačních materiálů získaných v informačním centru v Třeboni a v třeboňských lázních.

Na teoretickou část navazuje vlastní práce, která na úvod geograficky, historicky a kulturně vymezuje řešené území. Poté je analyzována primární a sekundární nabídka cestovního ruchu, dále se praktická část zabývá konkrétními typy rekreačních funkcí na Třeboňsku. Je také interpretován program turistického rozvoje Třeboňského regionu. Šestá kapitola popisuje činnosti jednotlivých organizací cestovního ruchu, působících v Třeboni, a jejich vzájemnou spolupráci.

Následuje kapitola Interpretace výsledků terénního výzkumu. Výzkum byl prováděn metodou osobního dotazování náhodně vybraných návštěvníků v letních měsících roku 2007. Rozsah činil 150 respondentů. Realizační etapa výzkumu se týkala sběru údajů, zpracování shromážděných údajů, analýzy údajů, interpretaci výsledků výzkumu pomocí grafů a tabulek s krátkými komentáři. Jedná se o primární data získaná výhradně pro tuto diplomovou práci.

Tvorba dotazníků a jeho vyhodnocování probíhalo na základě prostudované odborné literatury z oblasti marketingového výzkumu, která je uvedena v seznamu použité literatury. K vyhodnocení a interpretaci výzkumu byl použit program Microsoft Excel. Výstupní data z marketingového průzkumu sloužila k sestavení SWOT analýzy, jejíž principem je charakteristika silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení vybrané oblasti.

Na základě provedeného marketingového výzkumu byla zjištěna návštěvnická struktura, zájem o region a spokojenost návštěvníků s poskytovanými službami. Lze tedy charakterizovat návštěvníka Třeboně, jeho profil, jestli převažuje milovník přírody, kulturně-orientovaný návštěvník, aktivní sportovec, rekreant, vyhledávající klid a odpočinek nebo lázeňský host.

V sedmé kapitole jsou také verifikovány vytyčené hypotézy. Hypotézy jsou vyslovení předpokladů o povaze zjišťovaných vztahů. Představují formulaci jednotlivých alternativ odpovědí na otázky výzkumu. Zdroji pro formulování hypotéz bývají zpravidla dřívější praktické zkušenosti, teoretické znalosti, explorativní výzkum. Hlavní význam hypotéz spočívá v ověřování souvislostí mezi proměnnými. Hypotézy pomáhají při optimalizaci informačních údajů, neboť nám dopředu říkají, kterými směry se máme vydat při hledání potřebných informačních zdrojů. Otázky týkající se hypotéz tvoří jádro každého dotazníku. Zde je přehled vytyčených hypotéz:

- Návštěvníci Třeboně přijíždějí hlavně z blízkého okolí, ze vzdálenosti do 50 km.
- Hlavním účelem návštěvy je lázeňský pobyt a dále poznávání památek a přírody.
- Pod pojmem „Třeboň“ si návštěvníci jako první představí rybníky a s nimi související termíny.
- Převažují jednodenní návštěvníci, tedy výletníci.
- Většina návštěvníků využívá služby Informačního a kulturního střediska.

- V Třeboni zatím nepůsobí organizace cestovního ruchu, která by iniciovala a řídila celý proces rozvoje cestovního ruchu.

Závěrečná stanoviska budou obsahovat návrhy na opatření a možnosti efektivního rozvoje rekreačního potenciálu v řešeném území a zhodnocení možností destinačního managementu v Třeboni. Budou získány přínosné a podstatné informace, které usnadní vytvořit doporučení, jak by se mohl region vyvíjet a který ze svých potenciálů by měl lépe využít.

## **4 Analýza zkoumané oblasti**

### **4.1 Vymezení území**

Třeboňsko je svérázný, specifický kraj, jaký nemá v českých zemích obdoby. Důmyslná síť umělých stok a uměle zakládaných rybníků, budovaných v několika etapách od středověku do současnosti, představuje dokonalý systém postupných koordinovaných krajinářských úprav, které citlivě využívají a zužitkovávají zdejší přírodní podmínky. Působení člověka se zde většinou neprojevovalo ničivě, takže i dnes po 800 letech osídlení ze zdejší krajiny nezmizely ani charakteristické původní biotopy.

Hranice popisované oblasti vymezují zhruba tato místa: České Velenice – Jakule – Trhové Sviny – Borovany – Lišov – Dolní Slověnice – Bošilec – Veselí nad Lužnicí – Zlukov – Doňov – Kardašova Řečice – Ratiboř – Plavsko – Stráž nad Nežárkou – Libořezy – konec vzduť Staňkovského rybníka – státní hranice s Rakouskem až po České Velenice.

Třeboňsko spadá pod NUTS 4 Jindřichův Hradec, NUTS 3 Jihočeský kraj, NUTS 2 Jihozápad. Katastrální plocha území je 9.833 ha. Počet obyvatel (k 31. lednu 2006) je 8.857 obyvatel, z toho 4.256 mužů a 4.601 žen. (55)

### **4.2 Město Třeboň**

Starodávné město Třeboň leží v mírně zvlněné krajině jižních Čech. Pro jeho krásné okolí, hluboké lesy a malebné rybníky se mu říká „město rybníků“ a jeho okolí „zrcadlová krajina“.

Počátky tohoto půvabného města sahají asi do poloviny 12. století. Největšího rozmachu dosáhla Třeboň v 16. a na počátku 17. století, zejména za vlády posledních dvou Rožmberků, bratří Viléma a Petra Voka z Rožmberka. Velká pozornost byla věnována hospodářskému rozvoji celého panství, zejména však opět rybníkářství a pivovarnictví. K oživení jinak poklidného života zde došlo v polovině 19. století, kdy se Třeboň stala okresním městem. Dalším impulsem k intenzivnějšímu rozkvětu celé oblasti byla výstavba důležitých komunikací, zejména železnice s návazností na Vídeň v roce 1871. Roku 1960 byl zrušen třeboňský politický okres a město obdrželo lázeňský statut.



Třeboňsko je od roku 1977 Biosférickou rezervací UNESCO a od roku 1979 chráněnou krajinnou oblastí. Třeboň má ambice, aby na seznam UNESCO bylo zapsáno jako Třeboňské rybníkářské dědictví jednak její historické centrum, jednak rybníky Svět a Rožmberk, oblast Nové a Staré řeky a Zlatá stoka.

Po století obyvatelé Třeboně tvořili, kultivovali svou krajinu a zbavovali ji rašelinišť a bažin. Na vodu bohatý terén podpořil výstavbu lázní a dal vznik rybníkářství ve velkém s chovem ryb, zvláště slavných třeboňských kaprů. Historické centrum Třeboně bylo prohlášeno městskou památkovou rezervací.

Lázně, renesanční zámek, přilehlé parky a rozlehlý rybník Svět tvoří dohromady unikátní celek se zvláštním koloritem. Pobyt v třeboňských lázních je blahodárny a přináší vzpruhu nejen nemocným, ale i těm kdo jen chtějí načerpat energii, seznámit se s místní kulturou a prožít příjemné chvíle. (2, 22, 23)

### **4.3 Analýza složek primární nabídky cestovního ruchu**

#### **4.3.1 Přírodní potenciál**

Území Chráněné krajinné oblasti Třeboňsko náleží podle geomorfologického členění do provincie Česká vysočina a do Českomoravské soustavy, na kterou při jižním okraji CHKO navazuje Šumavská soustava. Většina území potom patří do oblasti Jihočeských pánví, do celku Třeboňská pánev. V západní sedimentární části Třeboňské pánve se projevuje převážně plochý reliéf podcelku pánve Lomnické, ve východní části se projevuje zvlněný reliéf Kardašověčické pahorkatiny. Třeboňská pánev má mírný sklon od jihu k severu. Od níže položené pánve Českobudějovické ji odděluje vyvýšený Lišovský práh. Nadmořská výška území se pohybuje od 421 do 550 m n. m. Východní okraj CHKO na východ od Lužnice podél příhraniční oblasti s Rakouskem patří v téže provincii a soustavě již k oblasti Českomoravská vrchovina, do celku Javořická vrchovina.

Třeboňsko má středoevropský typ podnebí, počasí má značně proměnlivý průběh, střídají se čtyři ročních období. Je to mírně teplá a vlhká oblast v důsledku velkého zastoupení vodních ploch. Průměrné roční teploty se pohybují od 7,5 do 8°C, nejteplejším měsícem roku je červenec a nejchladnějším měsícem je leden.

Průměrné roční srážky jsou 650 mm a průměrná délka trvání souvislé sněhové pokrývky je 50 až 60 dní s maximem 20 až 30 cm. Převládají západní a jihovýchodní větry. Průměrná délka slunečního svitu je nejméně 1500 hodin v roce, stanovená minimální hodnota průměrné délky slunečního svitu v roce byla ve sledovaném období let 2002 – 2006 překročena o 20 %. V měsících říjen až březen není více než 50 dnů s mlhou a v měsících duben až září není více než 15 dnů s mlhou.

Na Třeboňsku se nachází velké množství rybníků, celkem 465 o celkové rozloze 7448 ha, které dělají z Třeboňska centrum českého rybníkářství. Mezi deset největších rybníků třeboňské rybníční soustavy patří Rožmberk (vodní plocha 489 ha), Horusický (415 ha), Dvořiště (337 ha), Velký Tisý (342 ha), Staňkovský (329 ha), Záblatký (305 ha), Svět (201 ha), Koclířov (192 ha), Bošilecký (190 ha), Opatovický (160 ha). Celkem tvoří rybníky 16 rybníčních soustav (např. Nadějská, Chlumecká). Územím protékají dvě řeky – Lužnice a Nežárka, říčka Dračice a Koštěnický potok, a dvě umělé stoky – Zlatá Stoka a Nová řeka. Oblast má ještě 500 trvale zvodnělých tůní a starých meandrů.

Na území Třeboňska se nachází Chráněná krajinná oblast a biosférická rezervace o rozloze 700 m<sup>2</sup>, v níž se vyskytuje 5 národních přírodních rezervací, 1 národní přírodní památka, 31 přírodních rezervací, 6 přírodních památek. Roste zde přes 200 památných stromů chráněných státem, z toho je např. 13 lip malolistých. Z ohrožené flóry Čech roste na území CHKO téměř 400 druhů, z nichž 104 patří mezi chráněné. Velké různorodosti biotopů Třeboňska odpovídá i bohaté druhové složení zvláště bezobratlých živočichů. Základ „zoologického bohatství“ však tvoří ptáci. Byl zde zaznamenán výskyt 277 druhů ptáků. Třeboňsko je již řadu let organizací Birdlife International klasifikováno jako evropsky významné ptačí území (IBA - Important Bird Area). V souvislosti s připojením České republiky k Evropské unii a s přijetím směrnic o ochraně volně žijících ptáků a o ochraně přírodních stanovišť, volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin je na Třeboňsku připravováno vyhlášení chráněných území sítě NATURA 2000. Pro mimořádný středoevropský význam byly některé části CHKO Třeboňsko zařazeny na seznam mokřadů chráněných tzv. Ramsarskou konvencí pod názvy Třeboňské rybníky a Třeboňská rašeliniště. (43)

Mezi volně přístupné parky a zahrady patří v Třeboni především zámecký park. V místech dnešního parku nechal vybudovat renesanční zahradu již po začátku 17. století Petr Vok z Rožmberka. Zásadní změnu pro úpravu zahrady do nynější podoby anglického krajinářského parku znamenal až výnos kněžny Paulíny Schwarzenberkové z roku 1804, který nařizoval zrušit dosavadní charakter ovocné zahrady a vysázet velké skupiny stromů. K dalšímu obohacení parku o exotické rostliny, květinový parter a bazének s vodotryskem, došlo za držení zámku knížetem Janem Adolfem II. Schwarzenbergem a kněžnou Eleonorou. Pro širokou veřejnost byl pak otevřen až po roce 1945, k výraznější obnově došlo v 50., 70. a 90. letech 20. století. Park je v současnosti oblíbeným místem odpočinku třeboňských občanů, turistů i lázeňských hostů a zaujímá významné postavení v reprezentaci zámku a lázeňského města.

#### **4.3.2 Kulturně-historický potenciál**

Největšími kulturními atraktivitami v Třeboni jsou Bertiny lázně, Státní zámek Třeboň, Schwarzenberská hrobka, kostel sv. Jiljí, pivovar Regent a vodárenská věž. Tyto kulturní památky jsou popsány v kapitole Kulturně-poznávací typ destinace.

Historické centrum Třeboně bylo prohlášeno městskou památkovou rezervací. Přirozeným centrem celé městské památkové rezervace je náměstí, obklopené měšťanskými domy s renesančními a barokními štíty. Nejvýznamnějším objektem je stará radnice, z jejíž 31 metrů vysoké věže je krásný výhled do okolní krajiny. Radnice vznikla v 16. století přestavbou dvou shořelých domů. S přispěním císaře Ferdinanda III. byla k radnici později přistavena čtyřboká, 31 metrů vysoká věž s ochozem. V polovině 18. století bylo průčelí budovy ozdobeno freskami s rožmberským, schwarzenberským a městským znakem. Při přestavbě roku 1819 byl radniční dům zvýšen o druhé patro. Nyní se v něm nachází výstavní síň. V areálu bývalé radnice je také barokní divadlo J.K. Tyla, postavené v roce 1832. Zde se v letní sezóně střídají divadelní soubory z celé republiky.

Uprostřed náměstí stojí renesanční kamenná kašna, v její blízkosti pak barokní mariánský sloup. Tato barokní památka je dílem kameníka Leopolda Hubera. Na náklady měšťanů Jana a Alžběty Pilsových byla roku 1780 zhotovena socha Panny Marie na štíhlém jehlanu, jež spočívá na trojbokém podstavci se sochami sv. Josefa, sv. Vojtěcha a sv. Alžběty.

Do samotného centra Třeboně vedou tři hlavní cesty, které lemují mohutné brány. U kostela je brána Budějovická, vybudovaná v letech 1605 až 1611, přestavěna do nynější podoby na začátku 19. století. Na východní straně zase město střeží Hradecká brána, jejíž jádro pochází z 20. let 16. století, kdy se brána stala součástí zdokonaleného městského opevnění. Na jižní části města je Svinenská brána. Má obloučkové štíty a sgrafitovou výzdobu. Hned za ní je ještě jedna brána, Novohradská, vedoucí na hráz rybníka Svět. Ta byla vybudována v 16. století. Vjezd do brány je ve tvaru gotického lomeného oblouku, přístup k ní je z obou stran omezen hradební zdí. (6, 22)

### **4.3.3 Kulturně-společenské, sportovní a jiné akce**

Mezi každoroční kulturní události a sobotní trhy konající se na třeboňském Masarykově náměstí patří Velikonoční trh, Anifest (festival animovaných filmů) pořádaný v květnu a pak několik dalších akcí uskutečňovaných především v červenci a srpnu, počínaje prázdninovým trhem, Krčínovou Třeboní (historické slavnosti), Lázeňskou Třeboní (lázeňské slavnosti), Čochtanovou Třeboní (vodnické slavnosti) a konče Rybářskými slavnostmi (zahájení výlovů). V zimě se zde konají Vánoční trhy. Dále se v Třeboni konají festivaly jako např. Okolo Třeboně, Třeboňská Nocturna, Českomoravské setkání dechových hudeb, Pocta Emě Destinnové, Kinematograf bratří Čadíků nebo Městský ples pětilisté růže.

## **4.4 Analýza složek sekundární nabídky cestovního ruchu**

### **4.4.1 Turistická suprastruktura**

Na Třeboňsku jsou k dispozici následující kategorie ubytování – hotely, penziony, priváty, kempy, rekreační střediska, ubytovny, chaty a chalupy. Kapacita těchto ubytovacích zařízení se odhaduje na 3453 lůžek. Přibližný počet ubytovacích zařízení přímo v Třeboni je 106 s 2032 lůžky. Mezi nejznámější ubytovací zařízení patří Hotel Zlatá Hvězda (4\*), Hotel Bílý koníček (3\*), Hotel Galerie (3\*), Hotel Bohemia & Regent (3\*), Hotel Myslivna (2\*), Apartmány Nový Svět a Elizabeth (3\*), Penzion Maxim, Penzion restaurant U Třeboňského kola, Penzion Pohádka, Penzion U Míšků.

### **Hotel Zlatá Hvězda (4\*)**

Renesanční hotel Zlatá hvězda se nachází v samotném centru historického jádra města Třeboň. K ubytování hostů slouží celkem 48 komfortních pokojů o celkové ubytovací kapacitě 115 lůžek v následujícím složení: 3 pokoje jednolůžkové, 28 pokojů dvoulůžkových, 10 pokojů trojlůžkových, 7 apartmá (1 dvoulůžkové a 6 čtyřlůžkových). Všechny pokoje jsou nekuřácké, kouřit mohou hosté na hotelových chodbách v kuřáckých koutcích. Každý pokoj je dispozičně unikátní (tzn. že v hotelu nenajdete dva identické pokoje) a je vybaven vlastním sociálním zařízením, vysoušečem vlasů, telefonem s možností přímé volby, Wi-Fi připojením na internet, barevným televizorem se satelitním příjmem, trezorem a minibarem. Domácí mazlíčci jsou vítáni.

Hotel poskytuje hostům služby prádelny a čistírny, sejfové schránky v recepci, sekretářské služby. K dispozici je půjčovna kol, rybářských prutů, cyklodepo pro vlastní kola a relaxační centrum vybavené perličkovou lázní, whirlpoolovými vanami, masážními místnostmi, saunou, infrasaunou a posilovnou.

V gastronomii je denně k dispozici restaurace Rychta (11:00 – 23:00), pivnice Formanka (10:00 – 22:00) a Bowling bar se dvěma dráhami (16:00 – 02:00). Ochutnat zde můžete typická jihočeská jídla a místní rybí speciality. Vyhledáváno je posezení v podloubí hotelu, jež má přímý kontakt s náměstím. Pro společenské akce a rodinné oslavy jsou vhodné diskrétní salonky Hejtman a Krčín. Oblíbené jsou zde konference, předvádění výrobků a semináře pro firmy. (41)

### **Apartmenty Nový Svět a Elisabeth (3\*)**

Nabídku komfortního a pohodlného ubytování nabízí Apartmenty Nový Svět Třeboň, které se nachází jak ve stejnojmenné budově koncipované do tvaru písmene U s třemi nadzemními podlažími, tak ve stejné lokalitě v jen několik desítek metrů vzdáleném apartmánovém domě Elisabeth. Projekt leží v klidné lokalitě historického města Třeboně, která navazuje na lázeňskou a parkovou zónu. Samozřejmostí projektu jsou garážová stání a luxusní zařízení jednotlivých bytových jednotek. Apartmenty jsou vyhledávány pro své umístění, jsou výhodné pro turisty i obchodníky s vyššími nároky na kvalitu služeb. Předností prostorných apartmánů je kompletní vybavení a tudíž pocit domova na jeden den a nebo na měsíc a více.

Plně vybavená kuchyň mikrovlnkou, elektrickým sporákem, ledničkou s mrazákem, rychlovarnou konvicí, myčkou na nádobí, nádobím. K dalšímu vybavení apartmánů patří telefon, komfortní nábytek, TV, SAT, koupelna a WC, možnost zdarma zapůjčení dětské postýlky.

K ubytování jsou připravené dvoulůžkové apartmány v rezidenci Nový Svět s možností přistýlky nebo dvoulůžkové apartmány v rezidenci Elisabeth s možností přistýlky. Po domluvě možnost snídaně. Na recepci se nachází Wifi free zóna a možnost připojení na internet. Možnost úschovy kol a motorek. Parkování ve dvoře i v garážích.

Součástí komplexu je steaková restaurace Café Grill. Nabízí ve stylově zařízeném prostředí speciality mezinárodní gastronomie se zaměřením na steaky připravené z prvotřídních surovin. Restaurace nabízí zejména jihoamerická steaková masa, grilované ryby, grilované krevety či široký sortiment salátového baru.

Tato výstavba Apartmánů Nový Svět a Elisabeth výrazně zkvalitnila jednu z nejzajímavějších lokalit města poblíž známých lázní Aurora, které jsou vyhledávány mezinárodní klientelou. Ostatně lázeňské procedury a všestranný servis služeb je pro návštěvníky apartmánů zajištěn díky smluvní spolupráci s těmito známými lázněmi. (40)

### **Penzion Pohádka**

Kouzelnou dovolenou v centru Třeboně nabízí nový rodinný penzion Pohádka. Penzion vznikl rekonstrukcí bývalého ubytování U Krbců. Provoz byl zahájen 12. 5. 2005. Penzion Pohádka nabízí celkem 5 velmi pěkných pokojů, 2 - 4 lůžkových s vlastním sociálním zařízením, předsíňkou, barevným TV a stylovým interiérem na téma – Perníková chaloupka, Dračí sluj, Popelčina komůrka, Třináctá komnata, Královská komnata. Penzion je tedy baby friendly – děti nejsou přítěží, ale vítanými hosty a má Pohádkovou kavárničku.

Mezi akce penzionu patří týden pro maminy s dětmi, relaxačně vzdělávací kůra, firemní školení a večírky, pro zamilované. (53)

K nejvyhlášenějším restauracím v Třeboni se řadí např. Restaurace Šupina a Šupinka, Restaurace Rožmberská bašta, Restaurace Bílý Jednorožec, Restaurace Harmonie v Lázních Aurora, Restaurace Adéla v Bertiných lázních, Restaurace U Čochtana.

### **Restaurace Šupina**

Restaurace je svou nabídkou zaměřena především na pokrmy ze sladkovodních ryb. Najdete zde na mnoho způsobů upravené následující ryby: candát, štika, sumec, úhoř, lín, amur, pstruh, okoun a samozřejmě třeboňský kapr. Nabízí posezení v příjemném prostředí s možností podávání nejen rybích specialit v restauraci i na terase. Otevírací doba je od 10:30 do 24:00 hodin. Počet míst k sezení v interiéru je 28 míst, na terase 40 míst. (61)

### **Rožmberská bašta**

Restaurace se nachází v Rožmberské ulici přímo v centru malebné Třeboně, tři minuty chůze z Masarykova náměstí. Prostředí připomíná klasický, jihočeský, rybníkářský styl. Výzdoba z preparovaných ryb, rybářských sítí, masivní nábytek a k tomu hlavně kvalitní kuchyně, české pivo a moravské víno. To vše skýtá kulinářský zážitek, pro který se tam vrací stále více a více zákazníků. Na léto 2008 se připravuje velká terasa s krbem pro téměř 50 osob. Restaurace pak skýtá celoročně posezení pro 40 osob.

Mezi speciality patří Kapr na černo, Candátí špíz na hruškách, Pstruh na roštu plněný krevetami, Kapří hranolky. Otevírací doba je od 10:30 do 23:00 hodin. (56)

### **Restaurace Adéla v Bertiných lázních**

První nekuřácká restaurace v Třeboni. Restaurace nabízí příjemné posezení v luxusním prostředí s příznivými cenami, široký výběr pokrmů, alkoholických a nealkoholických nápojů, vín, míchaných nápojů, koktejlů, dochucení pokrmu dle přání můžete konzultovat přímo s kuchařem, pravidelné pondělní a středeční taneční večery, pravidelné ochutnávky vín společnosti Bohemia Sekt a.s., Habánských sklepů, révovin Velké Bílovice, vinařská oblast Velké Pavlovice, možnost pronájmu restaurace a salonku pro různé společenské akce. Otevřeno je denně od 11.00 do 23.00 hodin. (35)

#### **4.4.2 Turistická infrastruktura**

V Třeboni mají pobočku tyto cestovní kanceláře – CK Čedok, CK Bolero, CK Quicktour, CK Eurotour J. a J., CK Akcentour, a zájezdy třeboňským návštěvníkům nabízí i CA Mibor z Nových Hradů.

Přímo v Třeboni se nachází Informační a kulturní středisko Třeboň, podrobněji popsané v kapitole 6.3. Další informační kanceláře na Třeboňsku jsou následující – Informační a kulturní středisko Lomnice nad Lužnicí, Kulturní a informační centrum Nové Hrady, Informační středisko Veselí nad Lužnicí, Informační centrum Borovany, Informační centrum a knihovna Suchdol nad Lužnicí, Infocentrum v Kojákovcích.

Směnárenské služby v Třeboni zajišťuje banka ČSOB, GE Money Bank, Česká Spořitelna, Komerční banka.

V Třeboni pro sportovně-rekreační aktivity slouží Sportovní hala Alex, Tyršův stadion, TJ Jiskra Třeboň, Sport-centrum Doubí, Autocamp Třeboň a dále Bertiny Lázně, Lázně Aurora.

Návštěvníci Třeboně mohou využívat následující kulturně-společenská zařízení – Kino Světozor, Městské divadlo J. K. Tyla, Výstavní sál Pod věží, Městskou knihovnu Třeboň, Kulturní a kongresové centrum Roháč.

Možnosti dopravy v Třeboni a okolí nabízí Taxi Milan Grill (Břilice), Taxi Milan Liška, Autopůjčovna Cikán Václav, Vyhlídkové plavby (rybník Svět), Půjčovna kol – Trafika Semrád, Jiří Novák, Cykloport Jan Trázník (Chlum u Třeboně – půjčovna kol, prodejna kol a cyklistického vybavení, servis).

S pohybem v destinaci souvisí i naučné stezky. V současné době je na území CHKO a BR Třeboňsko vybudováno 5 naučných stezek pro veřejnost a 2 školní naučné stezky, které jsou využívány hlavně ke vzdělávání školní mládeže během kurzů ekologické výchovy na terénní stanici "Hajnice". Správa CHKO/BR rovněž umísťuje informační tabule v blízkosti jednotlivých maloplošných zvláště chráněných území a na přírodovědně i historicky zajímavých místech. Jejich rozmístění váže na stávající síť cyklistických tras a turisticky značených cest. V terénu je umístěno 26 takových informačních tabulí. Podél řek, které jsou v letních měsících hojně navštěvovány, je umístěno dalších 8 informačních tabulí, poskytujících základní informace pro vodáky. (43)

Třeboní vede i síť stezek a tras pro cyklisty, pěší, jezdce na koních či vodáky Greenways Praha – Vídeň. Páteří je dálková cyklotrasa, která prochází rozmanitými regiony mezi těmito dvěma evropskými metropolemi a spojuje místa přírodně, historicky a kulturně zajímavá a cenná.



Na páteřní trasu navazují tématické okruhy - Greenway Rožmberského dědictví, Greenways Lichtenštejnského dědictví či Greenway řemesel a vyznání. Zelenou stezku Greenways Praha Vídeň vymysleli a uskutečnili lidé, které spojuje zájem o zdravé životní prostředí, zachování kulturního a přírodního dědictví a šetrný rozvoj obcí a měst kde žijí. Na mnoha místech se můžete potkat s výsledky jejich práce i s nimi samotnými. (63)

V Třeboni se nachází Výjezdové stanoviště rychlé lékařské pomoci, Lékárna Na Předměstí, Lékárna U Růže, Zámecká lékárna a další.

#### **4.4.3 Všeobecná infrastruktura**

Dopravní dostupnost Třeboně je možná železnicí, trať: Praha - Veselí nad Lužnicí, Veselí nad Lužnicí – Třeboň – České Velenice/Gmünd – Vídeň. Dále po silnici: Praha - Veselí nad Lužnicí po E55, Veselí nad Lužnicí - Třeboň - Halámky/Neunagelberg po E49. Vzdálenost z Třeboně do Prahy je 150 km. Také letadlem, nejbližší letiště je v Českých Budějovicích.

Hraniční přechody s Rakouskem pro automobily: Halámky – Neunagelberg (28 km), České Velenice - Gmünd (35 km), Nová Bystřice – Grametten (37 km). Pro pěší a cyklisty: Chlum u Třeboně – Schlag/Litschau (18 km). Železniční: České Velenice - Gmünd (35 km).

Největším obchodem v Třeboni je diskontní řetězec Plus a Penny market.

Komunální služby v Třeboni provozuje např. Kadeřnický salón Michaela Mullerová, Kadeřnictví EFEKT, Kadeřnictví Studio OASA, Kosmetický salón M+M, Manikúra Jana Nečasová a další.

Technické služby v Třeboni zajišťuje Jihočeská plynárenská a.s., E.ON a.s., Vodovody a kanalizace Jižní Čechy a.s., Technické služby Třeboň, s.r.o.

## 5 Analýza rekreačního potenciálu Třeboňska

Rekreace zahrnuje činnosti a zážitky obvykle prováděné a získávané v rámci volného času dobrovolně zvolené pro vlastní uspokojení, potěšení nebo tvůrčí obohacení. (11)

V úvodu si je třeba položit otázku, proč turisté přijíždějí do destinace, resp. proč jezdí na dovolenou? Důvodů je samozřejmě celá řada. Může to být touha po poznání, relaxaci, sportovní aktivitě nebo se něco nového naučit. Všechny tyto důvody návštěvy destinace však spojuje jedna obecnější touha, kterou je zážitek. Turisté jezdí do destinace za zážitky, které mohou nabývat různých forem. Zážitek vzniká spotřebou služeb cestovního ruchu v destinaci, návštěvou turistických atraktivit, vzájemnou interakcí návštěvníků a místních obyvatel, ale také charakterem celkové atmosféry místa návštěvy.

Destinace je tedy místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu vybírá pro svou návštěvu. S vymezením destinace úzce souvisí typologizace destinace, která definuje „rozhodující“ atraktivitu v destinaci a určuje jí tak jistý význam, který je možné využít v marketingu i v plánovaném rozvoji destinace, tak aby byla stále lákadlem pro návštěvníky. (19)

Při průzkumu úrovně řízení cestovního ruchu v obcích České republiky byla použita typologizace destinací podle atraktivit a aktivit, na základě které byly destinace rozděleny na různé typy. Typ destinace Třeboň nelze jednoznačně určit, má převažující 3 druhy cestovního ruchu, proto může být považovaná za lázeňský typ destinace, u vodních ploch nebo kulturně-poznávací.

### 5.1 Lázeňský typ destinace

Využívání přírodních léčivých zdrojů, koupele, lázně, pití vod a lázeňské léčení hrály lékařství odedávna značnou roli jako jeden z nejstarších způsobů terapie, užívané od nepaměti až do současnosti. V blízkosti zdrojů, především okolo vývěrů minerálních a termálních vod ke koupelím a k pití vznikala postupně léčebná místa. Také ložiska rašeliny, slatiny a bahna poskytovala cenný materiál pro ohřívání koupele a zábaly, oblíbené u revmatiků. Příznivé klima dalo vznik mnoha vyhledávaným léčebným místům.

U zrodu lázeňských míst však nebyly vždy nezbytně přírodní zdroje. Někdy silná osobnost reformátorského léčitele, prosadila nové metody, využívající třeba jen obyčejné studené vody v rozmanitých aplikačních formách k léčení a přispěla ke vzniku renomovaných léčebných míst.

Lázně a lázeňství nejsou rozloženy po celém světě rovnoměrně. Třebaže se využitelné zdroje odedávna vyskytovaly na mnoha místech, zůstalo lázeňství v našem slova smyslu vlastně převážně evropskou záležitostí. Jen menším dílem se vyvíjelo, také v Asii. Nejstarší tradice lázeňství jsou v Evropě v Itálii, dále v našich zemích a v Německu, Francii, Španělsku, Polsku a Rusku.

Tradice našeho lázeňství jsou mladší, než je tomu v jižní Evropě a v zemích středomořské oblasti s antickými vzory. Přesto si však naše lázeňství získalo v minulosti mimořádný vzhlas i vážnost v evropském povědomí a konečně i své místo v dějinách lékařství a balneologie.

Především západočeské lázně se staly pojmem již v minulém století. Nebylo tedy náhodou, že se právě v Praze dostala jak balneologie, tak i vodoléčba prvně jako obor přednášený na evropské univerzitě. (24)

V současné době stále více Čechů v produktivním věku věnuje část dovolené zlepšení svého zdravotního stavu. Lázeňské domy se rychle chopily příležitosti a vycházejí zájemcům vstříc nabídkou placených léčebných, rekondičních nebo relaxačních pobytů.

Zatímco ještě před deseti lety byly české lázeňské areály doménou seniorů, dnes se přetahují o čím dál mladší klienty. Připravují pro ně placené týdenní nebo víkendové pobyty, které vedle ubytování a stravování zahrnují programy zaměřené na prevenci zdravotních obtíží i na relaxaci a odpočinek.

Ze současné nabídky si bez problémů vybere ten, kdo si chce v lázních odpočinout a přitom absolvovat pár více či méně kosmetických procedur. Snadno si zvolí i člověk, jenž by se rád zaměřil na řešení zdravotních problémů, které ještě nedosáhly takové závažnosti, aby je bylo třeba léčit klasickou lázeňskou kúrou. Regenerační programy často zahrnují různé formy cvičení a další sportovní aktivity.

Peněz, které lázním platí za léčbu svých klientů zdravotní pojišťovny, v posledních letech ubývá. Naopak počet samoplátců, tedy lidí, kteří si pobyt v lázních hradí ze svého, neustále roste. V mnoha lázeňských zařízeních už jejich množství převyšuje počty klientů vyslaných na ozdravný pobyt zdravotní pojišťovnou. (42)

### **5.1.1 Bertiny lázně**

Historie třeboňského lázeňství se začíná psát v roce 1883, kdy místní učitel Václav Hucek zřídil k léčení své dcery Berty, postižené revmatismem, na zahradě svého domu soukromé, po ní pojmenované lázně. Soukromé lázně převzala v roce 1936 městská správa a po rekonstrukci v roce 1940 zprovoznila Městské slatinné a uhličitě lázně. Od 90. let je spravuje organizace Bertiny lázně Třeboň s. r. o. (1)

Indikacemi jsou bolestivé stavy páteře a kloubů, pouřazové a pooperační stavy, stavy po kloubních náhradách, artrózy, revmatická onemocnění, Bechtěrevova nemoc, dna a hyperurikemický syndrom, bolestivé stavy měkkých tkání. (33)

Vedle základních léčebných procedur založených na bázi kombinování slatinných koupelí a zábalů s ručními masážemi Bertiny lázně využívají také široký okruh vodoléčebných procedur, jako jsou například podvodní vířivé a perličkové, masáže, přísadové koupele, vířivky horních a dolních končetin a střídavá nožní koupel v tzv. Kneippově chodníku. K moderním léčebným postupům patří rovněž využití laserové techniky, elektroléčby, parafinových zábalů a plynových injekcí. (31)

Bertiny lázně se nacházejí v historickém centru města Třeboně, v těsné blízkosti městské památkové rezervace. Součástí Bertiných lázní je nově vybudovaný vodoléčebný komplex s víceúčelovým rehabilitačním bazénem s různými masážními efekty. Ubytovací prostory nabízejí dvoulůžkové i jednolůžkové pokoje vybavené sprchou, WC, televizí, rádiem, lednicí a telefonem s přímou volbou nebo apartmány s možností připojení faxu a vybavené navíc minibarem. (35)

Součástí nově vybudovaného vodoléčebného komplexu lázní je víceúčelový rehabilitační bazén s různými masážními efekty. Vedle bazénu je k dispozici kombinovaná lázeň pro osm osob s podvodní vířivou a perličkovou masáží.

Klasická sauna a parní lázeň včetně ochlazovacího bazénku, masážní přístroj Sigoroll pro ženy a vodní lůžko Hydrojet pro intenzivní celotělovou masáž doplňují harmonický a funkční komplex nadstandardních rekondičních a relaxačních služeb Bertiných lázní nejen pro ubytovanou klientelu, ale i pro širokou veřejnost. (35)

V rámci rozšíření služeb zajišťují Bertiny lázně rovněž rekondiční a relaxační pobyty (3, 7 nebo 10 dnů), které jsou vhodné pro stavy únavy a snížené výkonnosti, zlepšení kondice, rekonvalescence či snížení nadváhy a také preventivní a léčebné pobyty pro manažery, zaměřené na revitalizaci nejen pohybového aparátu, ale i celého organismu. (31)

Nabídku Bertiných lázní pro rok 2008 tvoří týdenní pobyty pod názvy – Lázeňské uvolnění, Zadáno pro ženy, Třeboňské pohlázení, Balzám pro tělo a duši, Program pro seniory. A dále víkendové pobyty jménem – Třeboňské osvěžení, Víkend v pohybu, Prodloužený wellness víkend – Hotel Zlatá hvězda, Hotel Galerie, Hotel Myslivna, U Třeboňského kola, Penzion Maxim. (35)

Bertiny lázně poskytují i rozsáhlou nabídku programů pro volný čas. Příjemným zážitkem jsou také hudební produkce, pořádané na Pergole spolu s tancem na přírodním parketu. V okolí pergoly se rozkládá lovecký revír Bertiných lázní a četné rybníky pro sportovní rybolov. V areálu Bertiných lázní a jeho okolí se lze v dostatečné míře věnovat nejrůznějším formám aktivního odpočinku. Zájemci mohou zlepšovat svoji kondici na mnoha posilovacích strojích přímo v budově lázní. Pro milovníky bílého sportu je zde k dispozici tenisový kurt s umělým povrchem a osvětlením. V lázních je možné zapůjčit si jízdní kolo. Přímo v léčebně je kadeřnictví, pedikúra, kosmetika a knihovna. Součástí komplexu je restaurace Adéla (první nekuřácká a klimatizovaná restaurace v Třeboni), Lázeňská kavárna a Terasa bar. Počátkem nového roku vznikne další budova patřící k Bertiným lázním, která bude vybavena bowlingem a Frisco barem.

Za rok 2005 bylo přijato 8227 pacientů, pracovalo zde 147 zaměstnanců, celkové tržby činily cca 125 mil. Kč, počet lůžkodnů bylo celkem 119 213 – z toho komplexní léčba 79 725, příspěvková léčba 15 839, samoplátci 22 089. (35)

### 5.1.2 Lázně Aurora

Lázeňský komplex Aurora se nachází na západním okraji města Třeboně v klidném prostředí rozsáhlého parku na břehu rybníka Svět. Vznikl jako lázeňské sanatorium v roce 1975 a specializuje se na léčení poruch pohybového aparátu, revmatických chorob, poúrazových a pooperačních stavů a celkovou rekondici těla i mysli.

Hlavní léčebnou metodou jsou slatinné koupele a zábaly a dále pak bylinné, uhličitě či perličkové koupele, vířivé lázně horních a dolních končetin, skotské stříky, elektroléčebné a světloléčebné procedury, pohybové terapie, masáže, parafínové zábaly, kryoterapie, akupunktura, inhalace, oxygenoterapie, plynové injekce, floating.

Pro maximální účinek léčby se doporučují klasické léčebné pobyty v délce 3-4 týdnů. V nabídce jsou ale i krátkodobé relaxační programy a také jednotlivé volně prodejné procedury, které dokáží zregenerovat tělo i během krátkodobého pobytu. (1, 31)

Ubytovací kapacita v jednolůžkových a dvoulůžkových pokojích nebo apartmánech je 459 lůžek ve 287 pokojích ve 3 budovách. Součástí lázeňského komplexu jsou i kongresové prostory, restaurace, bary, obchody, plavecký bazén se slanou vodou, aqua centrum s vodními atrakcemi (tobogán, divoká řeka, whirlpools, hydromasážní lavice, chrlič, vodní hřib), fitness, tělocvična, sauna, solárium, squash, bowling, kadeřnictví, kosmetika, manikúra, pedikúra a internetová místnost.

Během roku 2005 zde bylo léčeno cca 11 000 klientů, pracovalo zde 280 zaměstnanců, z toho 7 lékařů a celkové výnosy z vlastní činnosti činily 210 mil. Kč.

Po dvou letech intenzivní práce na dobudování firemního systému managementu jakosti proběhl v Bertiných lázních Třeboň a Lázních Aurora ve dnech 5. a 6. června 2007 certifikační audit. Třeboňské lázně obstály a 28. června 2007 slavnostně obdržely certifikát ISO 9001:2000 od certifikačního orgánu CQS (Sdružení pro certifikaci systémů řízení jakosti). ISO 9001:2000 je mezinárodní norma pro systémy managementu jakosti, mohou ji používat interní a externí strany, včetně certifikačních orgánů při posuzování schopnosti organizace plnit požadavky zákazníka, požadavky předpisů a vlastní požadavky organizace.

Pro jednání s dodavateli materiálů, zařízení či investic nebo pro jednání s obchodními partnery jako jsou např. zahraniční zdravotní pojišťovny, cestovní kanceláře nebo významné české společnosti je certifikát ISO 9001:2000 znamením, že splňujeme evropské požadavky na jakost. (47)

Mezi pravidelné společné kulturní akce Lázní Aurora a Bertiných lázní patří každé pondělí ve 14:30 hodin prohlídka třeboňského pivovaru, každé úterý ve 14:00 hodin prohlídka zámku Třeboň, každou středu ve 14:00 hodin prohlídka trvalé expozice Krajina a lidé, každý čtvrtek v 13:45 hodin prohlídka kostela P.M. Královny a sv. Jiljí a každý pátek ve 14:00 hodin prohlídka Schwarzenberské hrobky. (70)

### **5.1.3 Porovnání třeboňských lázní s ostatními lázněmi v jižních Čechách**

V Jižních Čechách se nachází i další dvě města s lázeňským statutem, Lázně Bechyně a lázeňské sanatorium Vráž u Písku. Tyto lázně mají s Třeboní srovnatelné základní i doplňkové služby pro volný čas, sport a kulturu a nabízejí zajímavé programy – pobytové balíčky. Léčivým zdrojem je ve všech případech slatina. Liší se pouze cenově. Pro porovnání uvádím příklad cen týdenního pobytu s polopenzí v lázních Berta – cca 8.000 Kč, Aurora – cca 8.500 Kč, Bechyně – cca 10.000 Kč, Vráž – cca 12.000 Kč.

Lázně Bechyně se nachází v jihočeském městečku Bechyně a jsou jedny z nejstarších lázní v Čechách. Nejstarší dosud známá tištěná zpráva o Libušiných lázní v Bechyni pochází z roku 1730. Od roku 1992 jsou Lázně Bechyně s.r.o. nestátním zdravotnickým zařízením, které se specializuje na léčbu a rekondici pohybového ústrojí. Jako přírodní léčivý zdroj se využívá slatina, bohatá pryskyřnatými a aromatickými látkami, kterou lázně těží z vlastního rašeliniště na Komárovských blatech. Nová etapa Lázní Bechyně se začala psát v roce 2003, kdy došlo k uvedení do provozu nového lázeňského domu Olga, který se stal moderním centrálním léčebným a ubytovacím objektem. (33)

V bechyňských lázních se léčí především revmatická artritida, Bechtěrevova choroba, koxartróza a ostatní artrózy, metabolická onemocnění s postižením kloubů, bolestivé syndromy šlach a svalů, předoperační a pooperační stavy, osteoporóza a další.

K léčbě se využívá nejmodernějších léčebných metod – vodoléčba, elektroléčba, magnetoterapie, masáže klasické, podvodní, tělocvik individuální, skupinový i v bazénu, techniky reflexní terapie, lymfodrenáž, plavání, vířivé koupele, a zejména slatinné zábaly a koupele. Slatina, dovážená z nedalekých Komárovských blat je hlavním přírodním léčivým zdrojem zdejších lázní. Komplex lázní je umístěn v klidném prostředí na okraji města. V areálu lázní se nachází několik budov, které poskytují hostům ubytování různých kategorií. (1)

Centrem lázeňského areálu je nově vybudovaný lázeňský hotel Olga, ve kterém se nachází přijímací kancelář i recepce, denní bar, ordinace lékařů, bazén s vířivkou a saunami a prostory pro poskytování léčebných procedur. Najdete tu také moderní ubytování i pro náročnější klientelu.

Kromě komplexní a příspěvkové léčby nabízí Lázně Bechyně s.r.o. různě dlouhé relaxační pobyty, pobyty zaměřené na redukci váhy či úlevu od bolesti zad, beauty pobyty, relaxační pobyty pro dva, aerobic víkendy, pobyty spojené s oslavou Velikonoc, Silvestra či Valentýna. (48)

V obci Vráž, 10 km severně od královského města Písek, leží rehabilitační lázeňské sanatorium. Základem pro vznik sanatoria se stal zámek postavený v roce 1875 v novogotickém stylu českým šlechtickým rodem Lobkowiczů, kteří zde měli svou letní rezidenci až do roku 1926. Sanatorium bylo založeno jedním z nejlepších českých neurologů profesorem Vítkem v roce 1936. Hned od doby svého vzniku se specializovalo na lázeňskou rehabilitaci především nervových chorob, později pak i pohybového ústrojí. Přírodním léčivým zdrojem je prostá zemitá slatina. Od roku 1992 je sanatorium privatizováno. V současné době je vyhledáváno nejenom lázeňskými hosty z České republiky, ale i ze zahraničí. Jeho vysoká odborná úroveň, příjemné a klidné prostředí jsou důvodem, proč se lázeňští hosté rádi opakovaně vracejí. (1)



## 5.2 Typ destinace u vodních ploch

Rybníky, většinou umělé nádrže s přirozeným dnem a zařízením na regulaci vodní hladiny, mají kromě produkční funkce nesporný význam z hlediska diverzity ekosystémů, které vytvářejí, a celé krajiny vůbec. Na území dnešní České republiky vznikly v mnoha oblastech celé rozsáhlé rybníční soustavy. V 16. století, kdy zakládání rybníků u nás dosáhlo vrcholu, zabíraly zmiňované vodní nádrže pouze v Čechách 180 000 hektarů. Ačkoliv dnes dosahuje celková vodní plocha rybníků v České republice sotva třetinové hodnoty, představují významná stanoviště často unikátních rostlinných a živočišných společenstev a hrají významnou roli i z hlediska udržování určité stability krajiny, čištění vody, rekreace a estetiky. (34)

Území v okolí Třeboně je spojeno s dlouhodobou tradicí stavby rybníků. Rybníky na Třeboňsku tvoří celkem 16 vodohospodářských soustav spádovaných z převážné většiny do povodí Lužnice a Nežárky. Tyto umělé vodní nádrže nejsou určené jen pro chov sladkovodních ryb, ale mají i řadu dalších funkcí. Zvláště v okolí Třeboně došlo stavbou rybníků k ekonomickému využití jinak nehostinné zamokřené krajiny. V moderní historii mají rybníky svoji nezastupitelnou funkci rovněž při povodních.

Třeboňské rybníkářské dědictví je příkladem děl zhodnocujících původně nehostinnou a neobyvatelnou krajinu prostřednictvím jejího odvodňování. Stavby jsou inspirovány budováním rybníků ve středověké Francii, jen francouzské obklady hrází kamenem byly v českém prostředí nahrazeny hat'ovými a vorovými konstrukcemi ze zdejšího materiálu. Mimořádný je přitom užitečný výsledek této činnosti – umělá soustava velkých nádrží pro chov ryb, doplněná obtokovou stokou. Jde o ojediněle dochované dílo v měřítku celého evropského kontinentu. Samotná Třeboň je pak perlou mezi historickými městy ve střední Evropě. (3)

Na Seznamu světového dědictví dosud není žádné město, které by bylo spjaté s rybníkářstvím. Z tohoto hlediska představuje historické jádro Třeboně zcela unikátní typus města. Rybářství jako hlavní zdroj obživy je stále početně zastoupeno mezi obyvateli a přímo v Třeboni sídlí i současný největší producent živých kaprů v České republice Rybářství Třeboň a.s. To všechno přispívá k charakteristice historického města Třeboně jako hlavního města rybníků, rybníkářství a celé významné tradice umělého chovu sladkovodních ryb.

Většina rybníků, které společnost Rybářství Třeboň Hld. a.s. vlastní, byla postavena již koncem 15. a hlavně v 16. století za vlády českého šlechtického rodu Rožmberků. Rožmberkové byli mezi prvními panskými rody, kteří zavedli organizaci zbožní výroby. Hlavními zdroji bylo pro ně hornictví – těžba drahých kovů a rybníkářství ztělesněné rybníkáři mezi kterými jsou nejvýznamnější osobnosti Štěpánka Netolického, Mikuláše Rutarda a Jakuba Krčína. Rybníkářské řemeslo náleželo mezi výnosné a tudíž vážené druhy lidské práce kolonizační, neboť odvodňovalo celé oblasti dosud neproduktivní půdy, rozmnožovalo řádné louky, vysušovalo mokřady na úrodná pole, připravující tak místa pro nová sídla vesnic a měst. (14)

Rybářství Třeboň a.s. je největším rybářstvím v České republice a také v Evropě. Hospodáří na 7440 ha rybníků. Roční produkce ryb činí cca 2900 t. Z toho je 92 % kapra a 8 % vedlejších druhů ryb (lín, candát, štika, amur, tolstolobik, bílá ryba a okoun). Třetinu produkce kapra tvoří kapr lysý. K rekreačnímu rybaření a sportovnímu rybolovu byly pro rok 2008 určeny na Třeboňsku tři rybníky: Staňkovský, Hejtman a Nový Kanclíř. (63)

### **5.2.1 Zlatá stoka**

Zlatá stoka je mistrovským dílem Štěpánka Netolického. Jde o umělý kanál, vystavěný v letech 1505-1520, ve většině délky uměle vyhloubený, částečně však vedený i v uměle navrženém zemním valu a zajištěný proti unikání vody. Vedení a podoba stoky jsou neměnné už přes pět století. Byla sice opuštěna její funkce zásobování přilehlých měst pitnou vodou, a také poslední plavení dřeva proběhlo už v roce 1937, dodnes ale zabezpečuje cirkulaci vody mezi jednotlivými rybníky na Třeboňsku, okysličování vody a výměnu živin, nezbytných pro chov ryb.

Při nedostatečném množství vody v rybnících dochází ke zhoršování podmínek pro chov ryb. Tyto problémy pomáhá překonávat právě Zlatá stoka, která již téměř pět století v celé své délce 47,8 km přivádí vodu z řeky Lužnice jednotlivým rybníkům. Název "Zlatá" dostala v průběhu staletí právě pro svůj význam a jedinečnost. Po celý rok přivádí vodu pro sádky, doplňuje vodu v rybnících, ale zároveň ji v období výlovů odvádí. Naprostou nezbytnost prokazuje Zlatá stoka v zimě, kdy okysličená voda umožňuje přežití ryb pod ledem.

Celý systém rybníční soustavy byl dne 30. května 2003 oficiálně nominován pod označením "Třeboňské rybníkářské dědictví" k zápisu do seznamu světového dědictví UNESCO. V roce 2002 bylo jádro rybníční soustavy na Třeboňsku prohlášeno národní kulturní památkou. Tato nejvyšší forma památkové ochrany v současné době tedy zahrnuje objekty již dříve prohlášené za kulturní památky - Zlatou stoku, která je páteří velké části třeboňské rybníční soustavy, Novou řeku - umělý kanál zřízený k ochraně Rožmberka před účinky povodní, Starou řeku (část koryta Lužnice před Rožmberkem), a dva z nejznámějších a největších rybníků – Rožmberk a Svět. (14, 15)

### **5.2.2 Rybník Svět**

Rybník Svět založil v letech 1571 - 73 na Spolském potoce, 2 km jižně od Třeboně, rožmberský regent Jakub Krčín z Jelčan. Původně se mu říkalo Nevděk. Hráz je vysoká 8 m, dlouhá v koruně 1400 m a široká v základech až 45 m, celkový objem rybníka 30625 mil. m<sup>3</sup>, plocha hladiny 201,3 ha. Rybník je využíván k chovu ryb, k rekreaci a jako veslařská základna. Neoddělitelnou součástí jsou vyhlídkové plavby od 1.5. - 30.10. a naučná stezka „Cesta kolem Světa“. (14, 15)

Rybářství Třeboň, provozovatel rekreačního rybaření na Třeboňsku, myslí na všechny zájemce o rybaření, kteří netouží sdružovat se v rybářských svazech a schůzovat, kteří si jen chtějí zpříjemnit chvíle volna a jen tak si zachytat. Právě jim slouží nabídka možností rekreačního rybaření na Třeboňsku. Pro lov ryb na rybnících je nutno dodržovat stanovená pravidla. Předně je nutné zakoupit si Pověření k lovu ryb, a poté chytat pouze na vyhrazených místech, dodržovat míry a počty úlovků a vést jejich evidenci. (63)

### **5.2.3 Opatovický rybník**

Rybník navazuje na hráz Světa a leží na Opatovické stoce 2 km od Třeboně. Tvoří jej dlouhá zemní hráz vysoká 7 m o délce 1500 m v koruně. Má plochu hladiny 160,6 ha a celkový objem 3,43 mil. m<sup>3</sup>. Pokyn k výstavbě dal Petr Vok roku 1495, rybník nazval k počtě třeboňského opata. V letech 1511 - 14 rybník rozšířil zvýšením hráze Štěpánek Netolický, a to současně se stavbou Zlaté stoky. (15)

Rybník je využíván především k chovu ryb, ale slouží také k vodním sportům a rekreaci. Součástí naučné stezky „Okolo Třeboně“.

U rybníka se nachází Rekreační středisko a sportcentrum Doubí, patřící svou polohou i vybavením mezi nejlepší na Třeboňsku. Veškeré ubytovací a stravovací objekty, včetně sportovišť jsou umístěny v krásném, čistém a udržovaném přírodním prostředí. Středisko poskytuje téměř všechny služby pro pěknou dovolenou, ať odpočinkovou nebo aktivní. K tomu přispívá maximální množství všech možných sportovišť, včetně sportovní haly, fitness, sauny apod. Je zde ideální prostředí i podmínky pro společné i společenské akce jako jsou např. různé sportovní pobyty, zájezdy, školní pobyty, firemní sportovní hry, oslavy jubileí, svatby atd. Provoz střediska je sezónní a to od 1. května do 15. října 2008. (59)

#### **5.2.4 Rybník Rožmberk**

Jde o největší český rybník o rozloze 489 ha, a tak je také někdy nazýván „Jihočeským mořem“. V letech 1584–90 jej vybudoval proslulý rybníkář Jakub Krčín z Jelčan. Jeho hráz je dlouhá 2430 m, až 10 m vysoká a u paty 55 m široká. Šířka koruny je 11 m., porostlá 150 až 400 let starými duby. Rybník měl původně rozlohu asi 1060 ha, zaplavoval louky až na okraji Třeboně, tak bylo rozhodnuto hladinu snížit.

Povodňové vody Lužnice odvádí důmyslná Nová řeka. Objem zadržované vody je přibližně 6,2 mil. m<sup>3</sup>. A o tom, že je hráz postavena opravdu důkladně, svědčí i důkaz z doby nedávné – při povodních v r. 2002 Rožmberk zachytil desetinásobek (asi 70–75 mil. m<sup>3</sup>) svého objemu, rozlil se na plochu 2300 ha, ale uchránil povodí Lužnice od větších škod. Těleso hráze vyvázlo bez poškození, zle poničen byl bezpečnostní přeliv mimo hráz. Dá se tedy mluvit spíše o přehradní nádrži než o rybníku. Kvůli čistotě vody v Lužnici se rybník nesmí hnojit, jeho úrodnost je proto nižší, a tak se zde loví zpravidla ve dvouletých cyklech. (22, 23)

U rybníka Rožmberk se nachází technická památka – malá vodní elektrárna Rožmberk. V souvislosti s prokopáním dvou výpustních otvorů pod hrází rybníka Rožmberk bylo v roce 1919 instalováno potrubí pro zřízení elektrárny, osazené v roce 1920 dvojicí Francisových turbín, vyrobených v ČKD Kolben, Praha. Výkon soustrojí dosahoval 256 kW. Svým způsobem šlo o technickou zvláštnost rybníkářského kraje. Je součástí naučné stezky „Rožmberk“. (10)

### **5.2.5 Výlovy jihočeských rybníků**

Tradice výlovů jihočeských rybníků je dlouholetá a sahá až do 16. století, kdy byly Jakubem Krčínem z Jelčan stavěny největší rybníky na Třeboňsku. Od té doby se stal Jihočeský kraj významným producentem rybího masa, s více než 9 tisíci tun ročně vylovených ryb pokrývá 50% produkce celé ČR.

Jihočeská centrála cestovního ruchu spolu s partnerskými rybářskými společnostmi chce tímto produktem popularizovat slavnostní výlovy jihočeských rybníků, které propagují tradice rybníkářství v Jižních Čechách. Produkt podporuje návštěvnost a konkurenceschopnost kraje v nabídce turistických příležitostí a zároveň přispívá k prodloužení turistické sezóny. Dalším významným cílem produktu je zvýšení spotřeby rybího masa a zlepšení ekonomických výsledků rybářských společností.

Rybářství Třeboň, a.s. nabízí možnost pořádání exkurzí na podzimní výlovy rybníků. Jejich pracovníky je zabezpečen odborný výklad a zodpovězení všech dotazů z problematiky rybníkářství. Navíc je pro zájemce připraven slavnostní obřad pasování na rybáře. Mimo vlastního obřadu bude každému novému rybáři předán pasovací list jako důkaz přijetí do cechu rybářů. (44)

Značka "Třeboňský kapr - zdraví a tradice" je garancí kvalitního rybího masa, které blahodárně působí na zdraví lidského organismu. Tento typický český produkt, který má tradici již několik století, je velmi ceněn pro svoji výjimečnou a harmonickou chuť. Spotřebitelé se s ním mohou setkat v podobě opracované ryby a polotovarů označených značkou "zdraví a tradice". Třeboňský kapr společnosti FISH MARKET a. s. je nositelem národní značky kvality KLASA. (63)

### 5.3 Kulturně poznávací typ destinace

Cestovní ruch kulturně-poznávací tvoří poměrně rozrůzněnou strukturu z hlediska toho, kde se odehrává a jak odstíněné jsou jeho motivace. V literatuře bývá často sdružován s městským cestovním ruchem, i když je památkový fond jako atraktivita například využíván i v rámci venkovského cestovního ruchu. Kulturně-poznávací cestovní ruch je forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni především možností poznávat kulturní dědictví a kultury dané země a jejích rezidentů.

Pro kulturně-poznávací cestovní ruch je důležité téma jeho trvalé udržitelnosti, a to jak ve smyslu ekologickém, tak ve smyslu stability regionálního rozvoje. Tento charakter kulturně-poznávací turistiky především v městském pojetí ukazuje, proč jsou vedeny mezi památkovou péčí a odvětvím cestovního ruchu ostré diskuze o hranicích využitelnosti památek pro cestovní ruch. Tato diskuze je aktuální i v České republice. Na jedné straně stojí památkářská obec, která spíše zdůrazňuje nekomerční využití památkového fondu, na druhé straně především nově vzniklé krajské samosprávy obhajují vizi ekonomické soběstačnosti památkových objektů, založenou na komerčním využití památek. Pro budoucnost kulturně-poznávacího cestovního ruchu je tedy důležitý konsensus mezi památkovou péčí a odvětvím cestovního ruchu. (12)

Třeboň měla vedle Českého Krumlova v průběhu historie vždy důležité postavení jako správní středisko jak Rožmberského, tak Schwarzenberského dominia. Poslední Rožmberk Petr Vok ji dokonce učinil centrem celého panství. Díky čilé stavební aktivitě výše zmíněných šlechtických rodů je Třeboň městem bohatým na kulturně-historické památky. Městská památková rezervace zde byla vyhlášena již v roce 1949.

Historická část města Třeboň s dominantami areálu renesančního zámku, gotického kláštera, souborem renesančních a barokních měšťanských domů na náměstí, půvabnou renesanční tradiční věží a novogotickým městským pivovarem se staletou tradicí je autentickým obrazem města doby vrcholné éry rybnického hospodářství 16. století. V Třeboni je tedy velké množství kulturních atraktivit, které návštěvníci vždy ocení. (22)

### 5.3.1 Státní zámek Třeboň

Neodmyslitelnou součástí Třeboně je honosný renesanční zámek, rozkládající se na jihozápadní straně historického centra města. V těchto místech stával nejdříve panský dvorec, změněný na tvrz a později kamenný hrádek, zmiňovaný poprvé roku 1374. Nedlouho předtím koupili Třeboň Rožmberkové, kteří městu a jeho širokému okolí dopřáli náležitý rozvoj. Roku 1562 zachvátil město požár, který zasáhl i hrad. Vilém z Rožmberka proto pověřil Vlasy Jana a Antonia Ericery náročnými přestavbami starých budov na renesanční zámek. Tuto proměnu dokončil v době Petra Voka další významný architekt Dominik Cometa. Po smrti posledního Rožmberka zdědili zámek Švamberkové, kteří přišli o většinu majetku po osudové bitvě na Bílé hoře. Třeboňské panství daroval císař Ferdinand II. své vlastní rodině, ale o snadno nabytý majetek nikdo nepečoval a záchranou pro zámek byl až přechod do rukou německého rodu Schwarzenberků, kteří si jej získali v roce 1660. Knížecí rod Schwarzenberků vlastnil zámek až do roku 1940, kdy jej zabralo gestapo. Počátkem dvacátých let, po první pozemkové reformě, Schwarzenberkové zámek opustili a poté sloužil po několik let jako hotelové zařízení. Po válce v roce 1945 byla nad zámek zavedena národní správa a v roce 1947 byl třeboňský zámek zestátněn.

Do areálu zámku se vstupuje z náměstí severní zámeckou branou, vystavěnou v letech 1605-1607 Dominikem Cometou. Vstupní průčelí čtyřkřídlého zámku oživuje risalit věže s bosovanou branou a okny honosněji vybavenými nadokenní a podokenní římsou. Architektonickou ozdobou nádvorní strany jižního křídla je jednopatrová otevřená trojdílná arkáda, jejíž půlkruhové oblouky spočívají v přízemí na masivních čtyřbokých pilířích, zatímco v převýšeném patře jsou nesené štíhlými toskánskými sloupy. Touto arkádou Antonio Ericer architektonicky obohatil jinak střídmý vzhled vnitřního zámeckého nádvoří. Celé pravé křídlo hlavní budovy je věnováno dvěma samostatným historickým expozicím, dokumentujícím držení zámku oběma významnými jihočeskými šlechtickými rody, Rožmberky a Schwarzenberky.

Státní zámek Třeboň v současné době pro veřejnost provozuje tři prohlídkové trasy. Nejstarší z nich představuje rod Rožmberků, tvůrců zámku a třeboňské krajiny. Druhá trasa je zaměřena na soukromá schwarzenberská apartmá z 19. století. A třetí trasa představuje chov koní a psů na zdejších panstvích. (6)

Objekt je ve správě Národního památkového ústavu, územního odborného pracoviště v Českých Budějovicích. Provozní doba zámku je v dubnu, květnu, září a říjnu, denně mimo pondělí od 9 do 16 hodin. Během letních měsíců – červen až srpen, denně mimo pondělí od 9 do 17 hodin. Stejná provozní doba platí i pro Schwarzenberskou hrobku Domanín.

#### Stálá expozice „Třeboňsko – krajina a lidé“ a návštěvnické centrum na zámku

V prostorách Zámku Třeboň se nachází moderně pojatá expozice populární formou a seznamuje návštěvníky s největšími atraktivitami našeho regionu. Příchozí se zde dozví o historii a technických zajímavostech třeboňského rybníkářství, spojeného se slavnými jmény Štěpánka Netolického, Jakuba Krčína z Jelčan, Mikuláše Rutarda a Josefa Šusty, i o schwarzenberském hospodářském systému. V části věnované lázeňství pochopí souvislosti mezi existencí rašelinišť v okolí města a třeboňskými lázněmi. Velká místnost je věnovaná typickým přírodním stanovištím a chráněným územím a představí tento region tak, aby měli návštěvníci chuť podívat se přímo do přírody na zajímavá místa Chráněné krajinné oblasti a biosférické rezervace Třeboňsko. Ve videosálu je možnost vidět zajímavé filmy o přírodě i historii Třeboňska.

Celá expozice je kombinací dvojrozměrných exponátů (fotografie, kresby, mapy, texty) a trojrozměrných dioram a modelů. Expozice je pojata v soudobém interaktivním stylu – klasické expoziční prvky jsou kombinovány s moderní audiovizuální technikou tak, aby se návštěvník o jednotlivých tématech dozvěděl co nejvíce zajímavostí.

Provozovatelem je Informační a kulturní středisko města Třeboně. A autorem je Ing.arch. Vladimír Bouček. Otevřeno je v dubnu a říjnu denně kromě pondělí od 9 do 17 hodin, od května do září denně od 9 do 17 hodin. (44)

### **5.3.2 Schwarzenberská hrobka**

Do podvědomí návštěvníků památek vstoupili Jan Adolf II. Schwarzenberg se svou manželkou kněžnou Eleonorou zejména jako iniciátoři přestavby zámku Hluboká do dnešní novogotické podoby. Kněžna Eleonora se však také zasadila i o výstavbu nové hrobky, určené k umístění ostatků členů schwarzenberského rodu.



Původní projekt nové hrobky, která se nachází v parku při jihovýchodní straně rybníka Svět, navrhl významný rakouský architekt Johann Schmidt, který však nebyl dostatečně obeznámen s problematikou podloží a jeho návrh nebyl realizován. Znovu zde našel uplatnění knížecí stavitel F. D. Deworetzký, spoluvůrce přestavby zámku Hluboká. Podle vzoru italského Campa Santa navrhl dvoupodlažní budovu v novogotickém slohu s monumentální schodišťovou rampou, zdařile zasazenou do okolní parkové plochy. Se stavbou bylo započato 14. července 1874 pod vrchním vedením Deworetzkého. Dne 29. července 1877 hrobku slavnostně vysvětil bratr knížete Jana Adolfa II., pražský arcibiskup Bedřich Schwarzenberg. Střízlivému prostoru kaple dominuje hlavní oltář, zasvěcený Božskému Vykupiteli, zhotovený sochařem Josefem Pokorným z bílého pískovce, sádry a astrijského mramoru. V samotné hrobce, umístěné pod kaplí, se nachází umělecky cenný mramorový sarkofág, vytvořený Alexandrem Trippelem v roce 1789.

Vlastní hrobka se nachází pod úrovní terénu i hladiny rybníka Svět. Aby voda z písčité půdy neprosakovala základem stavby, byl okolo ní zřízen vzduchový kanál, široký 60 cm a hluboký 2 metry. Ten odvádí vodu od stavby a zajišťuje tak suché prostředí hrobky. Hrobka Schwarzenberků je jednou a architektonicky nejpozoruhodnějších památkových staveb jižních Čech. Je přístupná a pořádají se zde různá komorní představení. (22)

V roce 2006 navštívilo tento významný historický objekt 35.688 návštěvníků. Za posledních pět let činil roční průměr 36.300 osob, nejvíce si jich přišlo prohlédnout hrobku v roce 2003. Mezi návštěvníky patří naši i zahraniční turisté, rekreanti, lázeňští pacienti, školní výlety, cyklistické výpravy, posluchači koncertů, které se zde pořádají a celá řada dalších. Největší návštěvnosti je již tradičně dosahováno v červenci a srpnu. Přestože sezóna otevření hradů a zámků končí měsícem říjnem, objekt Schwarzenberské hrobky je přístupný i mimo sezónu každý pátek od 14 hodin pro pacienty místních lázní. Toto je umožněno po vzájemné dohodě s kulturním oddělením obou lázní a správou státního zámku Třeboň a Schwarzenberské hrobky. Lázeňští hosté toho plně využívají. (69)

### 5.3.3 Kostel sv. Jiljí

Kostel sv. Jiljí s vysokou věží dominuje souboru budov někdejšího augustiniánského kláštera, založeného Rožmberky v roce 1367. Je vybaven zařízením vysoké umělecké hodnoty. Desky z hlavního oltáře náleží k vrcholným dílům české gotické malby z poslední čtvrtiny 14. století. Při požáru města v roce 1791 padající krov nad kněžištěm pobořil jeho původní gotickou klenbu a kněžiště bylo poté zaklenuto barokní valenou klenbou. Byla regotizována i věž kostela, která byla po požáru zakončena barokní bání. Vnější podoba kostela jen málo vypovídá o vnitřním prostoru dvoulodí otevírajícím se na východě vysokým, bohatě profilovaným hrotovitým vítězným obloukem do poměrně širokého presbyteria o dvou polích a závěru, které bylo koncem 18. století zbarokizováno. (22)

Ve věži městského kostela sv. Jiljí jsou dochovány tři zvony rodu Pernerů z Českých Budějovic považované za technickou památku. První zvon byl odlit roku 1833 a nese nápis Perner Budweis (hmotnost 95 kg, tón fis 2), druhý zhotovil roku 1948 Rudolf Perner (hmotnost 450 kg, tón ais 1) a třetí pochází opět z roku 1948 od Rudolfa Pnera (hmotnost 620 kg, tón gis 1). (10)

### 5.3.4 Pivovar Regent

Třeboňský pivovar s nápisem na průčelí: „*Chmelovina naše ta božskou má sílu, všechny nás rozehřívá k radostnému dílu*“ je jedním z nejstarších pivovarů na světě. Byl založen v roce 1379 a navazuje na historicky doložené archivní záznamy zařízení na výrobu piva v augustiniánské řeholní kanonii z roku 1367.

Novou etapu třeboňského pivovarnictví předznamenala stavba moderního panského pivovaru na místě dřívější rožmberské zbrojnice mezi Svinenskou a Novohradskou branou. Když Ferdinand kníže ze Schwarzenbergu vydal 9. dubna 1698 povolení k zahájení stavby, začal ji realizovat italský architekt Giacomo de Maggi se svým synem Janem. Pivovar neprodělal podstatné změny do poloviny 19. století. Přestavba byla zahájena v roce 1861 a pokračovala až do 90. let. Od roku 1991 probíhala v pivovaru průběžná rekonstrukce technologie i stavební údržba objektů. Od roku 2000 je pivovar v majetku a.s. Bohemia Regent. (9)

### Služby pivovaru pro veřejnost:

- **Prohlídka pivovaru:** Zajímavý výklad o vaření piva v pivovaru Regent v podání odborníka. Prohlídka se může zakončit návštěvou schwarzenberské pivnice přímo v areálu pivovaru. Prohlídky probíhají denně od 10 do 18 hodin po předchozím objednání na tel. 384 721 319 nebo na vrátnici pivovaru. Prohlídka s ochutnávkou piva stojí 50 Kč nebo bez ochutnávky je za 30 Kč. Za dítě do 15 let se platí 15 Kč.
- **Zapůjčování chladicích a výčepních zařízení:** V rámci svých možností pivovar krátkodobě zapůjčuje přenosná chladicí a výčepní zařízení.
- **Pořádání společenských akcí a večírků:** Pivovar nabízí možnost pořádání společenských akcí a večírků podle přání zákazníků v nově zrekonstruované sladovně.
- **Pivovarská prodejna:** Maloobchodní prodej piva Bohemia Regent, prodej reklamních předmětů Bohemia Regent a prodej alkoholických nápojů firmy Fruko Schulz Jindřichův Hradec. Prodejna se nachází vpravo před vstupní branou do pivovaru.
- **Pivovarská pivnice:** Na nádvoří pivovaru Regent, vpravo za vstupní branou, se nachází pivnice, která návštěvníkům nabízí příjemné posezení u piva v historických prostorách pivovaru. Kromě běžných druhů piva Bohemia Regent nabízí i specialitu jinde těžko dostupnou - kvasnicové pivo. Pivnice je otevřena denně od 11 do 22 hodin. (36)

#### 5.3.5 Vodárenská věž

Počátkem 20. století chyběl Třeboni kvalitní zdroj pitné vody. V roce 1909 tedy začala výstavba městského vodovodu. Vodárenskou věž postavila v témže roce pražská firma Karel Kress, architektonickou podobu navrhl Jan Kotěra. Oslaví tudíž v dohledné době 100 let své existence. Do vodní věže se čerpala voda z 10 m hluboké studny benzinovým čerpadlem. Po 1. světové válce došlo k poklesu vody, a proto byla vodárna napojena na novou artéskou studnu. Tehdy také proběhla výměna benzinového čerpadla za čerpadla poháněná elektromotory. Ještě dnes je vodárenská věž dominantou části Třeboně zvané Na kopečku.

Navíc je i stavitelským skvostem. Architekt Jan Kotěra navrhl pouze dvě vodní věže v secesním slohu. Obě jsou perfektním dokladem technického a estetického myšlení své doby. (10)

Vodárenská věž je majetkem města a provozuje ji akciová společnost VAK Jižní Čechy. Jako pozornost pro občany i návštěvníky města Třeboně zřídili zaměstnanci společnosti noční osvětlení této staré vodárenské věže. Bohužel není pro veřejnost přístupná.

#### **5.4 Program turistického rozvoje Třeboňského regionu**

V roce 2005 byla vytvořena koncepce dalšího rozvoje celého Třeboňského regionu. Zpracování tohoto dokumentu iniciovala MAS Třeboňsko, realizací byla pověřena společnost ODEON FIRM SERVIS a.s. Dokument vychází z poznatků, že Třeboňsko je atraktivní destinací, místem zdravého životního prostředí s unikátní rybníční soustavou a řadou kulturních památek. Návštěvnost Třeboňska se neustále zvyšuje, je však soustředěna převážně do města Třeboně. Navíc se region vyznačuje značnou sezóností cestovního ruchu, převaha návštěvníků přijíždí v letních měsících. (63)

Strategie definovala sedm strategických oblastí pro rozvoj cestovního ruchu v regionu:

1. kulturně-poznávací cestovní ruch
2. lázeňsko-zdravotní cestovní ruch
3. kongresový cestovní ruch
4. incentivní cestovní ruch
5. venkovský cestovní ruch
6. sportovní, rekreační a zájmové aktivity
7. gastroturistika

#### **5.4.1 Kulturně-poznávací cestovní ruch na Třeboňsku**

Strategie rozvoje cestovního ruchu Třeboňska určila jako jednu ze stěžejních turistických oblastí regionu poznávání kulturních hodnot a památek na Třeboňsku. Zájem návštěvníků o památky regionu v budoucnu zásadně vzroste, dojde-li k zápisu „Třeboňského rybníkářského dědictví“ do Světového dědictví UNESCO. Na tuto situaci musejí být připraveny jak města a obce v regionu, tak subjekty v oblasti kultury a cestovního ruchu.

Koncepce cestovního ruchu navrhla vytvořit nové expozice zaměřené na přírodní, kulturní a technické pozoruhodnosti regionu (např. zřízení muzea Třeboňského rybníkářského dědictví, vybudování centra VIA NATURA zaměřeného na poznávání přírody, zatraktivnění podzimních výlovů rybníků apod.); vybudovat kulturní zařízení, která region postrádá (letní kino, kulturní centrum v Třeboni, rozšíření výstavních prostor atd.); podpořit dosavadní kulturně-spoločenské akce v regionu a rozšířit je o další, umístěné mimo exponovaná turistická střediska (náměty na nové projekty: kulinařské slavnosti, rybí hody, doprovodné akce při výlovech rybníků apod.); zintenzívnit propagaci regionu, zaměřit se především na internetové prezentace. (63)

#### **5.4.2 Lázeňský cestovní ruch na Třeboňsku**

Třeboňské lázeňství má tradičně vysokou úroveň lékařské péče, kapacity třeboňských lázeňských domů jsou však celoročně téměř stoprocentně obsazené. V posledních letech roste zájem o rekondiční ozdravné pobyty, zaměřené na prevenci, wellness a relaxační programy. V tomto ohledu jsou třeboňské lázně teprve na počátcích svého rozvoje.

Koncepce turistického rozvoje navrhuje podpořit vznik dalších lázeňských zařízení (vybudovat nové lázně, rozšířit kapacitu stávajících); vybudovat další lázeňskou infrastrukturu (lázeňskou kolonádu, rozšíření sítě vycházkových tras, zřídit dopravu propojující lázeňské domy a turistické atraktivity atd.); zaměřit se na změnu ve složení návštěvníků lázní (orientace na klienty zahraničních zdravotních pojišťoven apod.; rozšířit nabídku aktivit pro lázeňské hosty (rozšíření kulturních, sportovních a společenských akcí); vytvořit kvalitní marketing, zacílený na potenciální lázeňské hosty (aktualizované webové stránky lázeňských zařízení, spolupráce s tuzemskými i zahraničními CK, prezentace na veletrzích).

Lázeňství je obor náročný na pracovní síly a jeho další rozvoj může znamenat pro region mimo jiné vyšší zaměstnanost. Navíc je příkladem ekologicky šetrného využití přírodních zdrojů a má šanci přispět ke zlepšení životních podmínek tohoto místa. (63)

### **5.4.3 Gastroturistika na Třeboňsku**

Koncepce turistického rozvoje Třeboňska potvrdila jako jeden z potenciálů dalšího rozvoje cestovního ruchu v tomto regionu gastroturistiku. Cílem je zkvalitnit a rozšířit dosavadní nabídku stravovacích možností na Třeboňsku a spojit image regionu se specifickou lokální kuchyní. Stravovací zařízení v tomto regionu nedostatečně využívají potenciál tradiční (tj. rybí) kuchyně.

Úroveň celé řady stravovacích zařízení Třeboňska nevyhovuje vzrůstajícím nárokům návštěvníků. Kvalita nabízených služeb navíc neodpovídá relativně vysoké cenové úrovni. Některé druhy zařízení zcela chybí (mléčný bar, kavárna s brzkou otevírací dobou), jiných je nedostatek (občerstvení levnějšího typu).

Strategie rozvoje cestovního ruchu proto navrhuje vybudování restaurací, zaměřených přímo na regionální kuchyni, v turisticky atraktivních místech; zřízení podniků pro lázeňskou klientelu, které region postrádá (kavárny s časnou otevírací dobou, mléčný bar, cukrárny a čajovny); zkvalitnění existujících stravovacích zařízení (zlepšení technického rázu, zkvalitnění lidských zdrojů, klasifikace a certifikace zařízení apod.); pořádání pravidelných kulinářských akcí. (63)

## 6 Aktéři cestovního ruchu v Třeboni

Základním modelem organizační struktury cestovního ruchu na úrovni státu je třístupňový model, tj. lokální (obec) – regionální (turistická oblast) – národní (turistický region). Podstatnou roli však sehrávají i mezinárodní organizace na poli cestovního ruchu jako např. Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO). Na národní úrovni se zpravidla jedná o ministerstva, která v rámci své kompetence uplatňují politiku cestovního ruchu, a organizace (centrály cestovního ruchu) zabývající se marketingovou podporou. Skutečný management cestovního ruchu je realizován až na krajské/regionální či lokální úrovni. Na těchto úrovních se také nejčastěji řeší otázka právní formy vznikající společnosti, spolupráce s jednotlivými partnery, tvorba strategických (rozvojových) dokumentu a další podpůrná činnost v oblasti cestovního ruchu.

Mezi nejvýznamnější instituce při organizaci a podpoře cestovního ruchu v České republice patří následující orgány – Ministerstvo pro místní rozvoj, Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, kraje, obce a města.

Veřejný sektor je nejčastějším iniciátorem spolupráce v oblasti cestovního ruchu. Neměl by však zůstat jediným. Mezi hlavní činnosti institucí veřejného sektoru v oblasti cestovního ruchu je poskytování služeb místním obyvatelům a naplňování veřejného zájmu/užitku. V rámci řízení území se jedná o procesy plánování, rozhodování a kontroly (monitoringu). V hlubším kontextu s cestovním ruchem je nezastupitelná role veřejného sektoru v budování a údržbě nezbytné infrastruktury cestovního ruchu. Příkladem subjektů veřejného sektoru jsou kompetentní ministerstva, krajské (městské/obecní) úřady, správy národních parků/chráněných krajinných oblastí, Národní památkový ústav apod. (64)

V rámci veřejného sektoru působí ve městě Třeboň v oblasti cestovního ruchu na městském úřadě **Odbor územního plánování a stavebního řádu, oddělení územního plánování**, který zajišťuje správní činnosti na úseku památkové péče, Program obnovy venkova, Program regenerace Městské památkové rezervace, koordinační a metodické činnosti v rámci rozvoje území Třeboňska, činnosti architekta města. A dále **Komise kulturní a cestovního ruchu**. Dalším příkladem subjektu veřejného sektoru je **Správa Chráněné krajinné oblasti a biosférické rezervace Třeboňsko**. (50)

Soukromý sektor v cestovním ruchu je tvořen veskrze malými a středními podnikatelskými subjekty, kteří naplňují kategorii průmysl cestovního ruchu. Jedná se o subjekty, kteří zajišťují služby základní turistické infrastruktury, jinak také nazývané materiálně-technické základny. Konkrétně se jedná o hoteliéry a pohostinská zařízení, cestovní kanceláře nebo agentury, dopravce, drobné poskytovatele služeb cestovního ruchu apod.

Označení dobrovolný sektor používají některé zahraniční zdroje pro organizace typu zájmových sdružení či asociace, které mohou svojí právní formou patřit jak mezi veřejnoprávní, tak soukromoprávní instituce. Nejčastějším příkladem jsou organizace jako Asociace turistických informačních center ČR (A.T.I.C. ČR), Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu (HO.RE.KA ČR), Asociace cestovních kanceláří České republiky (ACK ČR), Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR apod., které zastávají lobbyistickou funkci v hájení zájmů svých členů v oblasti cestovního ruchu. (64)

#### **Role veřejného sektoru:**

- Vytvořit vizi cestovního ruchu v destinaci.
- Poskytovat vhodné podmínky pro cestovní ruch, tj. ekonomicky stabilní prostředí, volný pohyb kapitálu, usnadnění přístupu k investicím.
- Zabezpečit adekvátní infrastrukturu a její údržbu.
- Vytvořit podmínky tržní ekonomiky stimulující udržitelný rozvoj cestovního ruchu.
- Poskytovat podporu a podpůrné služby pro soukromý sektor; realizovat vhodnou územní politikou.
- Zajistit v zákonech vhodné podmínky z hlediska zaměstnávání v oblasti cestovního ruchu ve vztahu k velké fluktuaci pracovní síly a sezónnosti.
- Garantovat stabilitu regulativ a „spravedlivé“ zdanění.
- Zajistit regulační rámec schválený všemi aktéry cestovního ruchu, který by chránil a zlepšoval přírodní, sociální a kulturní prostředí.
- Zajišťovat vyhovující životní podmínky místním obyvatelům a zároveň i návštěvníkům.
- Převzít oblast výzkumu (ve spolupráci se soukromým sektorem) a zajišťovat informace nejen o změnách v poptávce, ale také informace pro samotný průmysl cestovního ruchu (př. investory apod.).



### **Role soukromého sektoru:**

- Porozumět ekologickým a sociálním zájmům vlády a místního obyvatelstva.
- Být schopný a ochotný poskytnout odborné znalosti a přístup k finančním zdrojům, které by vedly k rozvoji zařízení a služeb cestovního ruchu.
- Převzít společnou zodpovědnost za standardy v daném odvětví průmyslu, za etiku a jednání v duchu fair-play.
- Přispívat na zachování kulturního dědictví a ochranu životního prostředí, převzít částečnou zodpovědnost za vzdělávání návštěvníků v duchu udržitelného rozvoje cestovního ruchu.
- Zainteresovat místní obyvatelstvo do rozvoje cestovního ruchu a zajistit, aby z něj měli užitek (požitek).
- Převzít školení a rozvoj lidských zdrojů v daném odvětví průmyslu, aby bylo dosaženo kvality ve službách.
- Spolupracovat s vládami v oblasti zajištění bezpečnosti a bezpečí.
- Přispět k vylepšení výzkumu a rozvoji statistických databází.
- Umět ovládat technologie, které zajistí efektivitu prováděných činností v cestovním ruchu, marketingu a kvalitě služeb. (64)

## **6.1 Členství města Třeboň**

Město Třeboň je členem *Svazu měst a obcí České republiky*, dobrovolné, nepolitické a nevládní organizace, založené jako zájmové sdružení právnických osob. Svaz měst a obcí České republiky je partnerem pro vládní i parlamentní politickou reprezentaci. Podílí se na přípravě a tvorbě návrhů legislativních opatření v oblastech týkajících se kompetencí obcí. Činnost Svazu je založena především na aktivitě starostů, primátorů a zastupitelů, kteří se nad rámec svých povinností věnují i obecným problémům samosprávy. (60)

Dalším významným partnerem pro Třeboň je *Česká inspirace*, sdružení pro společnou propagaci v oblasti kultury a cestovního ruchu s mottem: „za kulturou nejen do Prahy“.

Třeboň je také členem *Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska*, sdružující především historické obce nebo jejich částí, na jejichž území jsou zachovány významné kulturní hodnoty, zejména nemovité památky. Sdružení vzniklo z iniciativy měst v listopadu roku 1990. K 1.1. 2008 má celkem 206 členů. Mezi nejvýznamnější činnosti a aktivity Sdružení patří péče o Program regenerace městských památkových rezervací a městských památkových zón. (57)

Dále Třeboň spolupracuje s *Jihočeskou centrálou cestovního ruchu* a je sídlem *Sdružení lázeňských míst České republiky*, obě organizace jsou popsány níže. Město také spadá pod mikroregion Třeboňsko a dobrovolný svazek obcí Vodovod Hamr.

Posledním partnerem, kterého je nutné zmínit je Sdružení právnických osob *Jihočeská Silva Nortica*, které bylo založeno 16.5. 2002 jako dobrovolné sdružení obcí, měst a dalších právnických osob v české části euroregionu. Počet obyvatel členských měst a obcí je více než 260 000. K největším členům patří města České Budějovice, Tábor, Písek, Jindřichův Hradec, Milevsko, Třeboň, Dačice ad. Sdružení je programově zaměřeno na přeshraniční spolupráci s obcemi, městy a vyššími celky veřejné správy příhraničního regionu Dolního Rakouska – Waldviertel. Základní priority přeshraniční spolupráce euroregionu tkví v těchto bodech:

- Trvale udržitelný rozvoj příhraničí – zejména rozvinutá, spojující infrastruktura; podpora zemědělství a údržby krajiny; ochrana životního prostředí; rozvoj cestovního ruchu; kvalita života občanské společnosti.
- Cesta – společné struktury a strategie rozvoje, kvalitní projekty, využívání programů EU.
- Cíl – rozvinutý euroregion, dobré sousedství, spokojení občané, všestranná spolupráce, odstranění hranic a rozdílů mezi regiony. (39)

## 6.2 Partnerství města se zahraničím

### 6.2.1 Schrems – Rakousko

Město Schrems leží severozápadní částí Dolního Rakouska zvané Waldviertel, přímo na evropském rozvodí. Má přes 6 a půl tisíce obyvatel. Město s rozlohou 60,78 km<sup>2</sup> leží 532 m nad mořem. Místní síť turistických stezek sestává z různých tematických celků. Jsou zde také ideální podmínky pro trénování jízdy na koni. V intraviálu Schremsu je k dispozici zhruba 20 km vodní plochy k rybaření. Ke koupání přímo vyzývají bahenní lázně Moorbad, jakož i četné rybníky v blízkém okolí. Od října do konce června jsou otevřeny lázně Hallenbad v městském parku pro plavce i lázeňské hosty. Schrems má též k dispozici kilometry cyklistických stezek. Kulturní dům ve Stadthalle, jakož i ve Waldviertler Hoftheater nabízí spoustu rozličných akcí. Ve Státním muzeu jsou vystaveny exponáty z dějin hospodářství a zejména pak průmyslu kamene. Národní park Hochmoor u Schremsu je překrásnou tichou rašelinnou oblastí s různými regeneračními stádii rašeliniště. Toto rašeliniště je největší v Dolním Rakousku a má rozlohu přibližně 300 ha. Z toho bylo vyhlášeno 119 ha jako chráněná oblast. Fascinující pohledy na rašelinnou krajinu poskytuje asi 20 m vysoký "Žebřík do nebe" od vídeňského architekta Manfreda Rapfa. (44)

Tak jako každý rok, tak i roce 2007, přivezli schremsští radní vánoční atmosféru v podobě stromečku na třeboňské náměstí. Díky této tradici měli děti, školáci i dospělí z Třeboně již posedmnácté možnost zhlédnout setkání zástupců obou radnic při slavnostním předávání vánočního stromečku za přítomnosti čerta a Mikuláše. Na náměstí se sešlo přes 300 prvňáčků základních škol a dětí z mateřských školek. Města pojí partnerství již od roku 1991. Za ta léta mezi nimi vzniklo silné pouto a to dokazuje i fakt, že města slaví společně festivaly, organizují výstavy, tančí na městských plesech, spolupracují v oblasti školství, botaniky, organizují společné přeshraniční projekty a také dodržují milé tradice jako je například tato předvánoční.

Dalším příkladem skvělé spolupráce je dvoutýdenní přeshraniční projekt s názvem „Cesta za poznáním“, které organizovalo město Třeboň se svým rakouským partnerským městem Schrems. Pod tímto mottem navštívily děti třeboňských škol v termínech 4. – 8. června 2007 schremské atrakce Podvodní svět a přírodní park Hochmoor.

Další týden ve dnech 11. – 15. června 2007 přijížděli do Třeboně schremsští žáci a studenti, aby zde navštívili treboňskou atrakci Expozice Třeboňsko - krajina a lidé a botanickou zahradu. Cílem této přeshraniční akce bylo zábavnou formou představit dětem partnerská města a svět lidí, zvířat a rostlin obou regionů. (44)

## 6.2.2 Utena – Litva

Utena ležící na severozápadě Litevské republiky (96 km od hlavního města Vilnius) je krajským a okresním městem. Katastrální území Uteny má rozlohu 1528 ha a žije zde 37000 obyvatel. Okres Utena je oblastí vrcholů, kopců, hlubokých lesů a malebných jezer. Je součástí správního obvodu Utena, který zabírá velkou část etnografického regionu východní Aukštaitije. Tato výjimečná oblast uchvátí krásou přírody a hojností kulturních a historických památek. V okrese Utena se nachází téměř dvě stovky jezer. Město Utena je hlavním městem a střediskem východní Aukštaitije. Je jedním z nejstarších litevských měst, první zmínky o městě se datují z roku 1261. Blízké malebné pohoří pokryté lesem, čistá jezera s množstvím ryb jsou výtečnou turistickou atrakcí. Každým rokem se scházejí malíři, aby ve svých obrazech zachytili tento kraj. Obrazy jsou poté vystaveny v umělecké galerii Sudeikiai. V Uteně se nachází velké množství muzeí - Muzeum utenského okresu, Muzeum keramiky V. Valiušise, Muzeum Tauragnai, Etnografické muzeum a knihovna A.&M. Miškinai a umělecká škola Stará utenská pošta. 100 km severně od Vilnius se na rozloze 100 ha nachází utenský průmyslový park, na jehož území sídlí velké firmy – průmysl potravinářský, pletařský, zpracování dřeva a kovů a stavebnictví.

Koncem září minulého roku oslavovala litevská Utena již 746. výročí založení města. Na jejich pozvání přijela do Uteny na slavnosti delegace z Třeboně ve složení Zdeněk Mráz, místostarosta města, Vladimír Janíček, zástupce ředitele Technických služeb, s.r.o., Jan Fanta ze Spolku přátel Třeboně a Lucie Veselá, referentka zahraničních a vnějších vztahů města Třeboně. Obě města se vzájemně navštěvují již od roku 1993 a v roce 1997 byla mezi nimi uzavřena dohoda o spolupráci v oblasti kultury, vzdělávání, turismu a sportu. (44)

### 6.2.3 Interlaken – Švýcarsko

Interlaken je kouzelným střediskem Bernského hornozemí. Název města pochází z latinského inter – lacus (mezi jezery). Toto prázdninové a kongresové centrum mezinárodního významu se nalézá mezi jezery Thun a Brienz na úpatí hor Eiger, Mönch a Jungfrau. Město je známé svou půvabnou polohou a přírodními krásami okolí.

Interlaken nabízí svým návštěvníkům v zimě i v létě rozmanité možnosti sportovního vyžití. Rozkládá se v německy mluvící oblasti Švýcarska. V Interlakenu (včetně komunit Matten a Unterseen) žije na ploše 24,41 km čtverečních přibližně 15000 obyvatel. V Interlakenu, Mattenu a Unterseenu je přes 60 hotelů, motelů a penzionů s kapacitou přes 5000 lůžek. (44)

### 6.2.4 Horsens – Dánsko

Město Horsens leží v srdci Dánska. Má 58078 obyvatel a rozlohu 18361 ha. Město je obklopeno nádhernou krajinou. Velkým zážitkem je návštěva přírodní rezervace Norrestrand. Fjord láká víc ptáků než kterékoliv jiné místo v Dánsku, hnízdí zde i velké množství tažných ptáků. Krásné historické centrum je dynamickým obchodním centrem se širokou škálou specializovaných obchodů, restaurací, kaváren a obchůdků. Město je výjimečné svou ochranou historických památek a současnou modernizací a novou výstavbou. Není náhodou, že mu byla udělena cena Dánska za městskou obnovu. Je mezinárodním příkladem zdravého a harmonického urbanistického rozvoje a bylo prohlášeno “městem roku” v Dánsku v roce 2002 – městem, které umožnilo výjimečně dobrý městský život a stavitelskými výsledky. Bylo toho dosaženo těsnou spoluprací města, jeho obyvateli a jeho podnikatelskou komunitou. Jednou do roka – poslední víkend v srpnu – se centrum Horsensu promění na největší severoevropský středověký trh s více jak sto tisíci návštěvníky (tzv. Evropský středověký festival). Pořádají se zde rytířské turnaje, pouliční divadlo, zábava i koncerty, středověké svatby apod. V Novém divadle v Horsensu s překrásným hledištěm z roku 1909 vystupovaly osobnosti jako Bob Dylan, Bryan Adams, Joe Cocker, David Bowie, José Carreras, Elton John či Paul McCartney. Horsens má též jeviště pod širým nebem. Kultura a sport mají v Horsens výborné podmínky díky vybudování Fóra Horsens – obrovského střediska o 12500 m<sup>2</sup>. Horsens se pyšní historickými památkami, hlavně středověkými kostely a muzei. (44)

### 6.3 Informační a kulturní středisko města Třeboně

Informační a kulturní středisko města Třeboně je příspěvková organizace a vznikla v roce 1992 transformací Městského kulturního střediska. Dnem 1.1.2004 bylo k Informačnímu a kulturnímu středisku p.o. připojeno Kongresové a kulturní centrum Roháč, a to na základě fúze sloučením jmění obou samostatných organizací. Informační a kulturní středisko Třeboň dále provozuje tyto objekty – Radniční věž, Výstavní sál Pod Věží, Divadlo J.K. Tyla, Kino Světozor, Městskou knihovnu, Trvalou expozice a návštěvnické centrum "Třeboňsko, krajina a lidé" v areálu zámku Třeboň.

Samotné Informační a kulturní středisko zajišťuje širokou škálu činností, které provozuje jednak ve vlastním informačním středisku, tak i v pronajatých budovách města Třeboně. Na podzim roku 2006 byla provedena rekonstrukce informačního střediska za účelem zvětšení prostor pro turisty. A téhož roku byla rozšířena otevírací doba pro veřejnost v době letní sezóny denně od 9 do 18 hodin. (44)

Informační a kulturní středisko poskytuje tyto služby:

#### Skupinu tzv. služeb „u pultu“

- podávání informací o městě a okolí, o kulturních akcích, otevíracích dobách, telefonních číslech místních firem a památek, možnostech koupání atd., podávání informací o jízdních řádech, shromažďování a podávání informací o památkách a kulturních akcích ostatních informačních center a organizátorů v rozsahu celého jihočeského kraje, informací o ubytování
- rozesílání propagačního materiálu a informací na vyžádání poštou a internetem
- faxování a kopírování za úplatu
- předprodej vstupenek je zajišťován u pultu na vlastní kulturní akce (divadlo, kostel Panny Marie a sv. Jiljí, Schwarzenberská hrobka, koncerty na nádvoří zámku, na náměstí), na akce obou lázní, jiných treboňských organizátorů a akcí z celého regionu
- předprodej vstupenek prostřednictvím firmy Ticketportál
- prodej propagačního materiálu, map a průvodců, pohlednic a poštovních známek, telefonních karet, měsíčníku Třeboňský svět atd.
- zajištění průvodců (česky, německy, anglicky, francouzsky, rusky) po městě

**Vydávání měsíčníku Třeboňský svět**, kde jsou informace o městě a okolí a významných událostech týkajících se města, přehledy kulturních akcí, informace z Rady Města a Zastupitelstva Města, pravidelné rubriky o přírodě Třeboňska, příspěvky občanů, inzeráty.

**Správa internetové adresy** [www.itrebon.cz](http://www.itrebon.cz). Stránky byly graficky zcela změněny a po obsahové stránce přizpůsobeny požadavkům turistů.

**Pořádání většiny kulturních a společenských akcí** v divadle J. K. Tyla, ve Schwarzenberské hrobce a v kostele sv. Jiljí a Panny Marie Královny, na zámeckém nádvoří a v zámeckém parku a na náměstí. Jedná se o výstavy, divadelní představení, koncerty pro děti, mládež i dospělé, přednášky, tradiční jarmarky, historické slavnosti, pietní akce, festivaly a koncerty v rámci třeboňského kulturního léta.

**Vydávání vlastních informačních a propagačních materiálů** pro potřeby cestovního ruchu, pro propagaci uváděných představení, koncertů a festivalů. Z materiálů tištěných dodavatelsky byly nejvýznamnější propagační průvodce Třeboní a regionem Třeboňsko, dále propagační průvodce rybníkářské dědictví na Třeboňsku a leták Stálé expozice Třeboňsko – krajina a lidé ve čtyřech jazykových mutacích.

**Zajišťování financování projektů** pro podporu cestovního ruchu a kultury z reklamy, z Dispozičního fondu Interreg IIIA a Krajského úřadu Jihočeského kraje.

**Propagace města a regionu** v médiích a při výstavních prezentacích – HolidayWorld, Regiontour Brno, MADI Praha, spolupráce na vydání aktualizací map a nových průvodců.

**Zajištění provozu radniční věže** – v roce 2006 navštívilo věž téměř 20 tisíc platících návštěvníků.

**Zastupování města ve sdruženích** pro podporu cestovního ruchu – Jihočeská centrála cestovního ruchu, Asociace turistických informačních center, Česká inspirace.

## Činnost Kongresového a kulturního centra Roháč

Centrum je multifunkční zařízení pro konání konferencí, plesů, tanečních a sportovních akcí, které je pro tato využití vybaveno odpovídajícím moderním technickým a technologickým vybavením. Jedná se o nástavbu stávajícího jednopodlažního objektu školní jídelny v Třeboni. Nastavěná část obsahuje halu pro tělovýchovu a kulturu, kavárnu, salonek a zrcadlový sál s příslušným zázemím umístěným ve dvoupodlažních křídlech přiléhajících k této budově. Kapacita centra pro konference je 600 míst divadelního uspořádání nebo 300 míst stolového uspořádání, pro ples 564 míst – 420 míst v sále a 144 míst na balkóně. (67)

### **6.4 Místní akční skupina Třeboňsko**

Obecně prospěšná společnost Místní akční skupina Třeboňsko byla založena v roce 2004. Prvotním impulsem pro její vznik byla potřeba vzniku aktivního partnerství měst a obcí, neziskových organizací, podnikatelských subjektů a občanů v otázkách dalšího rozvoje venkova a především daného území. V roce 2005 a 2006 se podařilo MAS Třeboňsko o.p.s. obstát v konkurenci dalších MAS z celé ČR a rozdělit na svém území finanční prostředky na jistě kvalitní a přínosné projekty. Celkem bylo podpořeno 5 projektů za více než 11 mil. Kč, z toho dotace činila 6 mil Kč.

Oblast Místní akční skupiny Třeboňsko se skládá z katastrálních území čtyř svazků obcí a to mikroregionu Třeboňsko, Vitorazské, Veselsko a Řečicko. Svazek obcí leží při hranicích s Rakouskem. Dále mezi členy patří 30 podnikatelských subjektů, 1 nezisková organizace, 1 veřejně výzkumná instituce.

#### Druhy obecně prospěšných služeb:

- Vytvoření a aktualizace rozvojové strategie.
- Podpora rozvojových projektů zvláště z následujících oblastí:
  - obnova zdevastované části krajiny,
  - obnova hrází a čištění vodních ploch,
  - budování kanalizací a čistíren odpadních vod,
  - obnova a udržování kulturních památek nebo charakteristických stavebních prvků sídel a krajiny,



- pořízování nových strojů a technologie pro obnovu přírodního nebo kulturního dědictví,
  - obnova a budování nových vhodných ploch a prostorů pro podnikání v CR,
  - stavební, technologické a strojové vybavení k pěstování a využívání obnovitelných zdrojů energie,
  - budovy a vybavení vydavatelství a výzkumných organizací zaměřených na výše uvedené téma,
  - meziregionální a mezinárodní spolupráce na výše uvedené téma,
  - obnova a údržba budov a jejich využití jako společenských a informačních center,
  - pořízování informačních systémů,
  - podpora vzniku a provozu regionálních a podnikatelských sítí.
- Vypisování výzev pro předkládání projektů.
  - Hodnocení předložených projektů dle předem schválených a zveřejněných kritérií, která jsou v souladu s přijatými principy strategického rozvoje mikroregionu.
  - Výběr projektů pro přiznání dotace dle pravidel programu Leader a podobných iniciativ a dotačních programů.
  - Evidence a monitorování realizace projektů.
  - Zřízení a provoz organizační struktury, která bude schopna plnit výše uvedené činnosti.
  - Vyhledávání možných finančních zdrojů pro financování rozvojových projektů oblasti působení MAS Třeboňsko. (52)

## **6.5 Třeboňská rozvojová společnost**

Třeboňská rozvojová o.p.s. byla založena v roce 2004. Oblasti její působnosti jsou především v Třeboni a na Třeboňsku. V rámci podpory sociálního a ekonomického rozvoje Třeboňska zaměřuje společnost svou činnost mimo jiné na organizaci a zajištění kulturních a volnočasových aktivit, podporu rozvoje cestovního ruchu a podnikání v regionu, podporu přeshraniční spolupráce, komunitní rozvoj, podporu rozvoje občanské společnosti a trvale udržitelného rozvoje. Tyto aktivity Třeboňská rozvojová o.p.s. poskytuje buď vlastními silami, či prostřednictvím jiných osob (organizátorů akcí) dle pravidel uvedených zakladatelské smlouvě.

Klienty a partnery Třeboňské rozvojové jsou nevládní neziskové organizace působící v Jihočeském kraji i v celé České republice, podnikatelské subjekty působící především na Třeboňsku, místní samospráva, zahraniční partneři a další. Spolupracuje tedy s širokým spektrem partnerů převážně z neziskového sektoru a zaměřuje se především na následující oblasti – komplexní služby pro neziskový sektor, kulturní projekty a akce, projekty v oblasti cestovního ruchu, projekty v oblasti životního prostředí, posilování rozvoje místních lidských zdrojů, komplexní regionální rozvoj Třeboňska.

### Hlavní projekty:

#### **Měsíc pro neziskový sektor v Třeboni**

Projekt je složený z řady aktivit, jejichž cílem je prezentace neziskových organizací na Třeboňsku atraktivní, někdy i netradiční formou. Součástí akce jsou divadelní představení, koncerty, přednášky, výstavy nebo aukce, jejichž výtěžek je věnován na rozvoj neziskového sektoru v třeboňském regionu. Měsíc pro neziskový sektor se pořádá společně s Českým nadačním fondem pro vydrů.

#### **Třeboňský divadelní festival**

Festival, který se každým rokem koná v třeboňském Divadle J. K. Tyla, se pořádá ve spolupráci s Informačním a kulturním střediskem města Třeboně. Pro návštěvníky je připraven pestrý a zajímavý program sestavený z nejrůznějších divadelních představení.

### **Dny podnikání na Třeboňsku**

Cílem je především zprostředkování kontaktů mezi místní podnikatelskou komunitou a veřejností. V rámci Dnů podnikání se koná řada akcí (dny otevřených dveří, exkurze škol do podniků, odborné semináře, exkurze do příhraničí apod.). Dny podnikání se realizují ve spolupráci s oblastní kanceláří Jihočeské hospodářské komory v Třeboni.

### **Internetový portál pro neziskové organizace**

Neziskovým organizacím nabízí Třeboňská rozvojová o.p.s. bezplatnou prezentaci jejich aktivit na zastřešujících internetových stránkách [www.tr-ops-nno.cz](http://www.tr-ops-nno.cz). (62)

## **6.6 Správa Chráněné krajinné oblasti a biosférické rezervace Třeboňsko**

Odbornou péči o přírodu a krajinu i výkon státní správy vykonává ve vymezeném území Správa Chráněné krajinné oblasti Třeboňsko se sídlem v Třeboni, která je regionálním pracovištěm Agentury ochrany přírody a krajiny České republiky. K řízení ochrany přírody a krajiny a k usměrňování rozvoje území CHKO z pozice Správy CHKO slouží Plán péče CHKO, který se zpracovává zpravidla na desetileté období a je schvalován Ministerstvem životního prostředí. Základním právním nástrojem, ze kterého Správa CHKO Třeboňsko při své činnosti vychází, je zákon č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny v platném znění, který vyšel po tzv. euronovele v úplném znění pod č. 460/2004 Sb.

Správním obvodem Správy CHKO Třeboňsko je území Chráněné krajinné oblasti Třeboňsko a v případě některých kompetencí na úseku druhové ochrany celé správní obvody obcí s rozšířenou působností České Budějovice, Jindřichův Hradec, Milevsko, Písek, Soběslav, Týn nad Vltavou a Třeboň. Správa CHKO Třeboňsko dále vykonává státní správu v Ptačí oblasti Třeboňsko, v Ptačí oblasti Řežabinec, v NPR Řežabinec a Řežabinecké tůně a v NPP Rašeliniště Kaproun.

Správa CHKO Třeboňsko v rámci výkonu státní správy ochrany přírody vede nejrůznější řízení ve věcech ochrany přírody a krajiny, vydává vyhlášky o zřízení přírodních rezervací a památek, schvaluje plány péče o tato území, působí jako dotčený orgán státní správy při rozhodování podle jiných předpisů (zejména stavebních), provádí kontrolní a inspekční činnost včetně projednávání a ukládání pokut za přestupky a protiprávní jednání.

Kromě toho plní Správa CHKO Třeboňsko úkoly odborné organizace ochrany přírody. Zajišťuje péči o vyhlášená zvláště chráněná území a ohrožené druhy rostlin a živočichů, provádí inventarizační přírodovědné průzkumy, dokumentaci a šetření v ochraně přírody, organizuje monitoring a výzkum, zajišťuje službu strážní, informační kulturně-výchovnou činnost a ekologickou výchovu.

Správa také spolupracuje s řadou výzkumných a vědeckých pracovišť (Botanický ústav AV ČR, Jihočeská univerzita, Karlova univerzita, Česká zemědělská univerzita, Národní muzeum, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, Český nadační fond pro vydru apod). (43)

## **6.7 Sdružení lázeňských míst České republiky**

Sdružení lázeňských míst České republiky je dobrovolnou zájmovou nestrannou a nevládní organizací lázeňských měst a obcí v České republice, na jejichž území se nacházejí lázeňská zařízení a mají schválený statut lázní. Členové sdružení považují lázeňství za významnou činnost ve své obci či městě, která má význam pro rozvoj nejen svého místa a regionu, ale i České republiky.

Posláním sdružení je aktivně přispívat k vytváření podmínek a nástrojů pro regeneraci a rozvoj lázeňství a lázeňských míst, zejména ke zlepšování stavu a rozvoji lázeňské a městské infrastruktury, obnovy lázeňských památek a k rozvoji českého lázeňství a českých lázeňských měst a obcí. Pro dosažení vytyčených cílů usiluje sdružení o spolupráci mezi státem, obcemi a občany, lázeňskými organizacemi a sdruženími, ale i o spolupráci na mezinárodní úrovni.

Zajisté ne druhořadým cílem sdružení je prezentovat a spolupracovat při prezentaci českých lázeňských míst jako unikátních cílů pro návštěvníky hledající nejen lázeňskou péči, ale i velice zajímavé turistické cíle.

### Zpráva o činnosti za období červen 2005 – červen 2006:

**Zasedání orgánů** – sněm 3.6. 2005 v Poděbradech, 26.5. 2006 v Poděbradech, rada 4. - 5.8. 2005 ve Františkových Lázních, 8. - 9.12. 2005 v Třeboni, 2.2. 2006 v Praze, 13.4. 2006 v Praze.

**Prezentace na veletrzích a výstavách:**

- BALNEA PRAHA (PVA Letňany, 8. – 10.9. 2005) – 1. mezinárodní veletrh lázeňství, regenerace protetiky.
- HOSPIMEDICA BRNO (BVV Brno, 13. – 16.9. 2005) – je součástí řetězce prestižních zdravotnických veletrhů MEDICA Düsseldorf.
- GO + REGIONTOUR Brno (BVV Brno, 12. – 15.1. 2006) – mezinárodní veletrh turistických možností v regionech.
- HOLIDAY WORLD Praha (Výstaviště Praha – Holešovice, 23. – 26.2. 2006) – Středoevropský veletrh cestovního ruchu.
- CMT Stuttgart (18. – 22.1. 2006) – Mezinárodní veletrh cestovního ruchu.

**Realizace propagačních materiálů, další činnost v oblasti propagace lázeňství:**

Lázeňská místa ČR – nový leták formátu A4. PR aktivity – PR články a rozhovory pro noviny a časopisy, hlavní partnerství pro vydání diáře velvyslance ČR v Římě pro rok 2006, poskytnutí 200 ks Almanachů v anglickém jazyce.

**Konferenční činnost:** Realizace Salonu lázeňství a konference na téma „Lázeňství a lidé“, 6. – 7.10. 2005, Karlovy Vary. Příprava realizace Salonu lázeňství a konference 2006 na téma „Lázně v obci a obec v lázních“, 12. – 13.10. 2006, Lázně Aurora Třeboň.

**Další činnost:** Studijní cesta – francouzské lázně, 22. – 29.4. 2006. Setkávání členů při lázeňských slavnostech dle nabídek jednotlivých lázeňských míst.

**Spolupráce s partnery:** Ministerstvo pro místní rozvoj, Ministerstvo zdravotnictví, Ministerstvo práce a sociálních věcí, Odborový svaz zdravotnictví a sociální péče ČR, Svaz léčebných lázní ČR, CzechTourism. (58)

## 6.8 Jihočeská centrála cestovního ruchu

Jihočeská centrála cestovního ruchu postupně přebírá na základě konsensu všech zainteresovaných stran významnou úlohu v koordinaci a řízení cestovního ruchu v kraji. Její vývoj byl zahájen v roce 1994, kdy byla založena městy České Budějovice, Prachatice, Tábor a Třeboň jako zájmové sdružení měst pro podporu cestovního ruchu v jižních Čechách.

Její členská základna se postupně ustálila na počtu 10 měst (České Budějovice, Český Krumlov, Hluboká nad Vltavou, Jindřichův Hradec, Nové Hrady, Prachatice, Tábor, Třeboň, Veselí nad Lužnicí a Vimperk) a několika významných podnikatelů (např. Výstaviště a.s., České Budějovice). K hlavní náplni její činnosti patřilo vydávání souhrnných propagačních a informačních tiskovin, zajišťování účasti členských měst JCCR na domácích i zahraničních veletrzích, inzerce v odborných časopisech, aktualizace webových stránek [www.jiznicechy.cz](http://www.jiznicechy.cz), spolupráce s Českou centrálou cestovního ruchu a se subjekty cestovního ruchu na úrovni kraje a státu.

V roce 2002 vznikla v rámci zpracování Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji myšlenka restrukturalizace JCCR na regionální organizaci cestovního ruchu, která bude zodpovědná za koordinaci, management a marketing na úrovni celého kraje. Postupně došlo k dohodě mezi Krajským úřadem, Jihočeskou hospodářskou komorou (JHK) a Svazem měst a obcí Jihočeského kraje (SMOJK) o vstupu těchto subjektů do JCCR a způsobu jejího financování. Ve vedení nově koncipované JCCR má Jihočeský kraj 8 zástupců, JHK 2 zástupce a SMOJK 1 zástupce. V čele stojí radní Jihočeského kraje pro cestovní ruch Ing. František Štangel.

Od transformace JCCR v roce 2003 vyvíjí tato organizace aktivity na celoregionální úrovni, čímž přispívá ke koordinaci a cílenému managementu a marketingu destinace jižní Čechy. Aktivity JCCR mají celoregionální dopad (území Jihočeského kraje) a neupřednostňují jen několik členských měst, jak tomu bylo v předešlých letech.

Jihočeská centrála cestovního ruchu využívá dotace, příspěvky a granty z nejrůznějších zdrojů na podporu cestovního ruchu, pomocí nichž např. vytváří produkty cestovního ruchu, rozvíjí infrastrukturu CR, kulturu v regionu a spolupráci s příhraničními regiony Horního a Dolního Rakouska a Bavorska. JCCR prezentuje region na vybraných domácích a zahraničních regionálních výstavách a veletrzích cestovního ruchu, provozuje oficiální Informační systém cestovního ruchu Jihočeského kraje a neustále ho rozšiřuje o aktuální data, rovněž vytvořila, ve spolupráci s Poradní skupinou JCCR, strategii prezentace regionu prostřednictvím sedmi hlavních turistických témat.

JCCR také v roce 2003 ustanovila poradní skupinu - komunikační platformu složenou z odborníků z oblasti cestovního ruchu, která sestává ze zástupců obcí a měst, podnikatelů, zástupců Krajského úřadu a dalších organizací působících v této oblasti. Poradní skupina je jedním z oficiálních orgánů JCCR. Členové této pracovní skupiny, kteří zastupují jak veřejný tak i soukromý sektor, mají možnost na společných setkáních (cca 3 x ročně) řešit problémy týkající se rozvoje cestovního ruchu a tím navrhnout aktivity, které by JCCR měla realizovat v následujících obdobích.

Významný rozvoj zaznamenal destinační management v oblasti spolupráce se zahraničními organizacemi cestovního ruchu Oberösterreich Tourismus v Horním Rakousku, Destination Waldviertel v Dolním Rakousku a Tourismusverband Ostbayern v Bavorsku. Mezi JCCR a Oberösterreich Tourismus byla podepsána dohoda o dlouhodobé spolupráci a na konkrétních projektech se již pracuje, ve spolupráci s Dolním Rakouskem a Východním Bavorskem je již rovněž realizována řada společných projektů.

#### Vybrané aktivity JCCR:

- provoz Informačního systému cestovního ruchu Jihočeského kraje ([www.jiznicechy.cz](http://www.jiznicechy.cz))
- tvorba produktů cestovního ruchu
- ediční činnost (image materiál jižních Čech, přehledy kulturních, sportovních a společenských akcí, katalog turistických produktů, informační materiály k turistickým produktům apod.)
- prezentace jižních Čech na vybraných výstavách a veletrzích cestovního ruchu
- spolupráce s podnikateli v oblasti cestovního ruchu
- spolupráce s agenturou CzechTourism, spolupráce s příhraničními regiony Horní a Dolní Rakousko, Východní Bavorsko
- realizace projektů zaměřených na rozvoj cestovního ruchu v regionu a prezentaci regionu jako turisticky atraktivní destinace
- vedení sekretariátu Nadace Jihočeské cyklostezky

Cílem JCCR je naplnění vize: "*Jihočeský kraj - prezentující se jako zdravý a pohostinný turistický region - lépe a uvážlivě zhodnotí na poli cestovního ruchu své jedinečné přírodní bohatství a kulturní dědictví, a to ve prospěch svých obyvatel i návštěvníků*". (46)

## 7 Interpretace výsledků terénního výzkumu

Dotazování je nejrozšířenější metodou sběru údajů, který je součástí realizační fáze procesu marketingového výzkumu. Celý postup tvorby dotazníků jako základního nástroje dotazování lze stejně jako celý výzkumný proces rozdělit do několika fází, které charakterizují posloupnost jednotlivých úkonů. V první fázi se zjišťuje, na co se budeme ptát. Vypracuje se proto seznam informací, které je třeba zjistit pro dosažení cílů. Při formulaci otázek je nutné znát některá pravidla – ptát se přímo a jednoduše, užívat známý slovník, nabízet srovnatelné odpovědi, užívat krátké otázky, vyloučit nepříjemné otázky a motivační otázky.

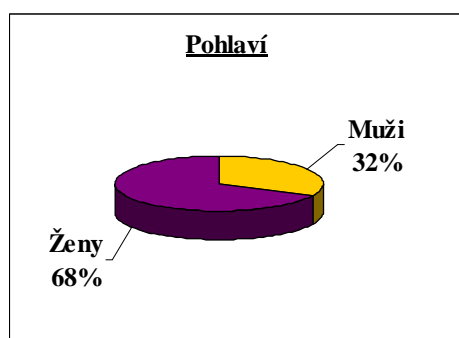
Existují dva hlavní přístupy k tvorbě dotazníků. Sociologický přístup má za cíl probrat co nejvíce oblastí a návazností. Ekonomický přístup spočívá v jasné formulaci a stručné podobě. Každý dotazník má svou logickou strukturu, která podporuje plynulost rozhovoru. Otázky by z hlediska respondenta měly tvořit určitý logický celek. (21)

### 7.1 Výsledky dotaznickového šetření

Pro tento průzkum byl vybrán systém osobního dotazování u 150 náhodně vybraných osob pohybujících se po Třeboni v letních měsících roku 2007. Význam dotazníků spočívá ve čtyřech oblastech. Získává informace od respondentů, poskytuje strukturu rozhovoru, zajišťuje standardní jednotnou matici pro zapisování údajů a ulehčuje zpracování údajů. Výsledky dotaznickového výzkumu jsou zachyceny v následujících grafech a tabulkách.

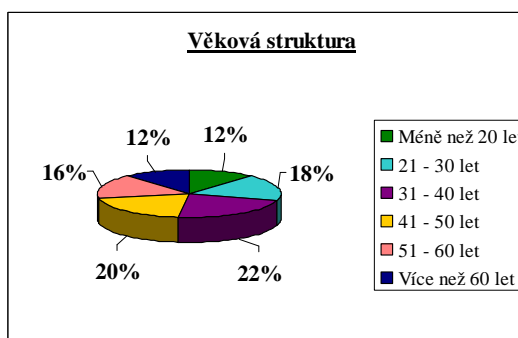
Úvodní tři otázky se týkaly základních charakteristik dotazovaných osob, a to pohlaví, věku a nejvyššího dosaženého vzdělání.

Graf 1:



Zdroj: vlastní šetření

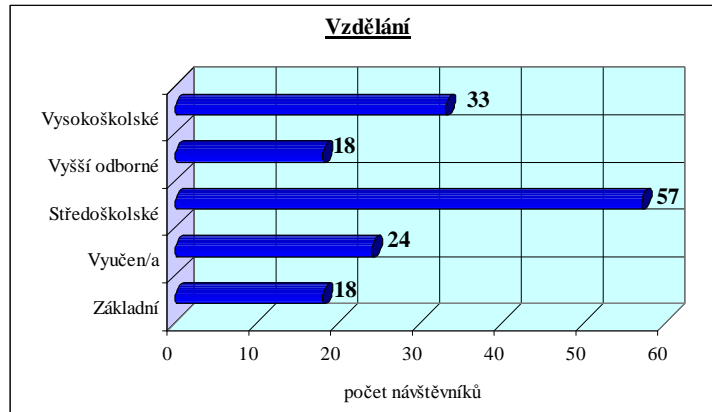
Graf 2:



Zdroj: vlastní šetření



Graf 3:

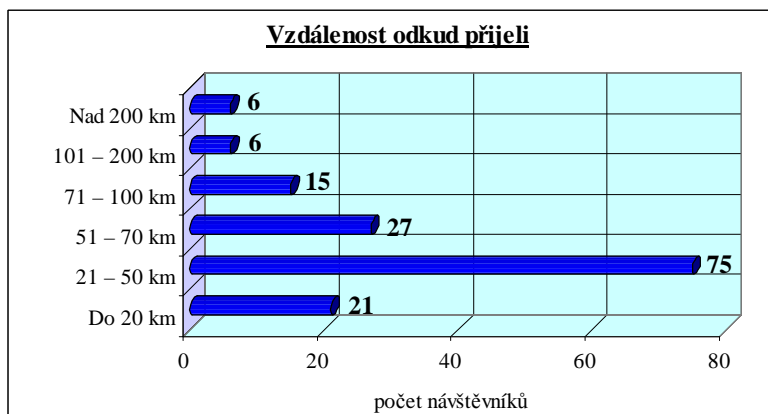


Zdroj: vlastní šetření

Z grafů je patrné, že nejčastěji byly tázány ženy (68%), ve věku 31 až 40 let, středoškolského vzdělání. Další silná věková skupina byla 41 až 50 let a vzdělání vysokoškolské. Na třetím místě se umístili respondenti ve věku 21 až 30 let a vzdělání vyučen/a.

Čtvrtou otázkou se zjišťovala vzdálenost, odkud návštěvníci přijeli, odpovědi byly rozděleny do 6 skupin.

Graf 4:

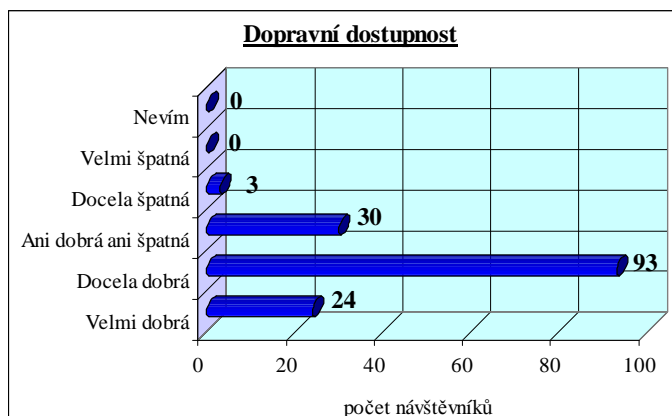


Zdroj: vlastní šetření

Respondenti přijížděli zejména z okruhu 21 až 50 km, který zahrnuje např. města Jindřichův Hradec, České Budějovice, Český Krumlov, Veselí nad Lužnicí, Týn nad Vltavou nebo České Velenice. Dále do Třeboně přicestovali návštěvníci z okruhu 51 až 70 km, kam patří např. město Tábor. Na třetím místě se umístili dotazovaní z okolních obcí. 15 dotazovaných osob přijelo ze vzdálenosti 71 až 100, kam spadají např. města Jihlava, Písek nebo Pelhřimov. Ze vzdáleností nad 100 km a nad 200 km zavítali návštěvníci jen v malém počtu.

V otázce č. 5 se hodnotila dopravní dostupnost Třeboně.

Graf 5:

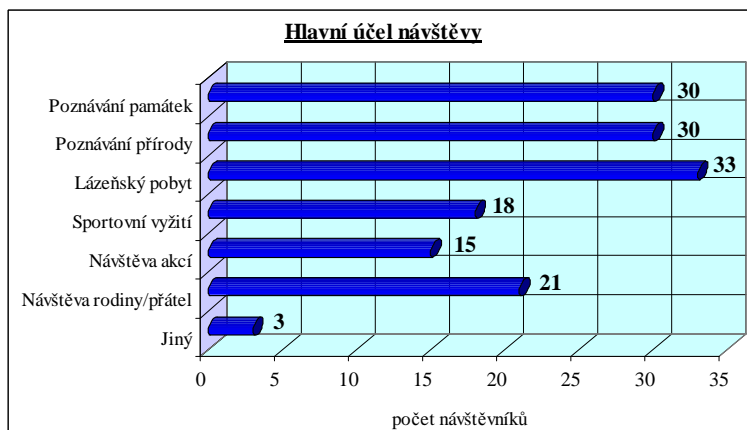


Zdroj: vlastní šetření

Nejčastěji byla zaznamenaná odpověď – docela dobrá, a to v 93 případech. Jako druhá nejčastější odpověď byla vybrána – ani dobrá ani špatná. 24 dotazovaných osob odpovědělo, že je dopravní dostupnost velmi dobrá. Možnost – velmi špatná a nevím – nebyla zvolena vůbec.

Díky otázce č. 6 – co je hlavním účelem Vaší návštěvy – bylo zjištěno jaký profil návštěvníka Třeboně převažuje.

Graf 6:



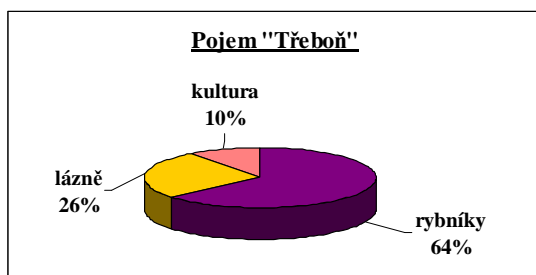
Zdroj: vlastní šetření

Kromě lázeňského hosta je to kulturně-orientovaný návštěvník a milovník přírody. 33 osob totiž odpovědělo, že hlavním účelem jejich návštěvy je lázeňský pobyt, kam jsou započítávány i kratší pobyty – týdenní nebo prodloužený víkend v rámci wellness a rekondičních pobytů.

Na druhém místě se umístili návštěvníci, kteří přijeli poznávat památky a přírodu, protože tato destinace nabízí velké množství jak kulturního tak i sportovního vyžití. Další častá odpověď byla návštěva rodiny nebo přátel.

Sedmou otázkou se mělo vyzkoumat, co si návštěvník jako první představí při vyslovení – Třeboň. Jestli tuto destinaci vnímají spíše jako lázeňské místo nebo jako proslulou rybníkářskou oblast, nebo jako město nabízející velké množství kulturních a historických aktivit.

Graf 7:



Zdroj: vlastní šetření

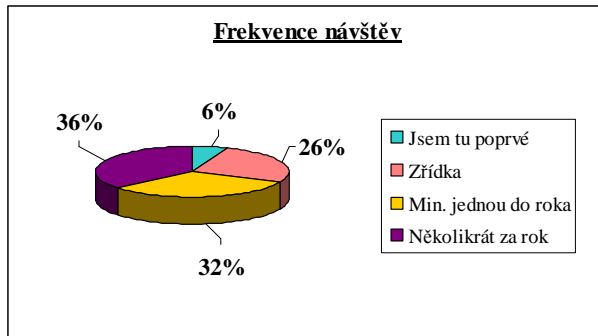
Pod pojmem „Třeboň“ se většině dotazovaných osob vybavily rybníky a s nimi související termíny jako např. kapří sousoší, třeboňský kapr, Svět, Rožmberk. Na druhém místě jsou lázně a na třetím kultura, kdy respondenti uváděli konkrétní historické památky nebo kulturní události.

Z toho je tedy patrné, že věhlas rybníkářství převažuje nad lázeňstvím, protože jeho tradice je zde mnohem delší. Trvá již od 2. poloviny 16. století, kdy Třeboň prožívala doby velkého rozmachu spojeného právě s rozvojem rybníkářství. Pro veřejnost je z rybníkářů nejvíce známa postava Jakuba Krčina z Jelčan, který dobudoval rybníční soustavy na Třeboňsku završené výstavbou našeho největšího rybníka Rožmberka.

Třeboňské lázně se sice nemohou opřít o několikasetletou tradici jako západočeské lázně, ale v konkurenci mají dobré postavení. Prostředí jižních Čech je pro lázeňství jako stvořené, velkou předností je kvalitní přírodní zdroj – rašelina, používaná k léčbě pohybového ústrojí.

Otázka č. 8 zněla – jak často navštěvujete Třeboň?

Graf 8:

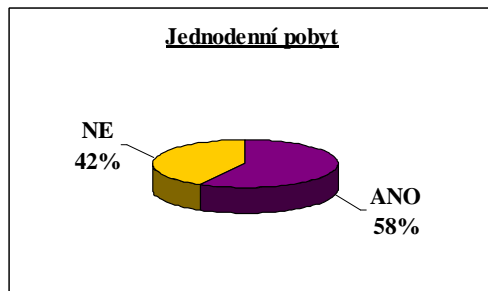


Zdroj: vlastní šetření

Co se týče frekvence návštěv, jezdí návštěvníci do Třeboně několikrát za rok (36%). Minimálně jednou do roka přijíždí 32% dotázaných. Návštěvy jsou tedy opakované a respondenti se do Třeboně rádi vracejí.

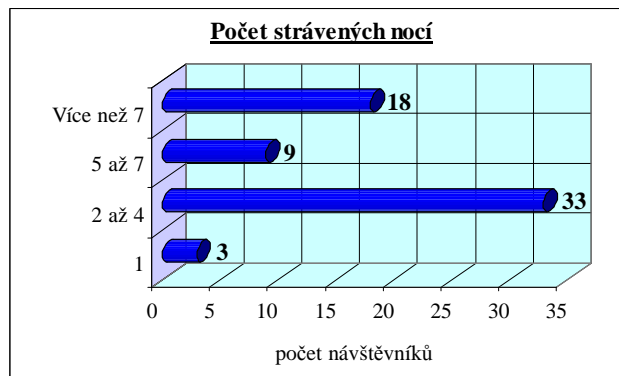
Devátá otázka se týkala délky pobytu. Na tu navazovala otázka desátá, kterou se mělo zjistit, kolik nocí stráví návštěvník v Třeboni, pokud jeho pobyt není pouze jednodenní, a otázka jedenáctá, ve které měl návštěvník vybrat druh ubytování, který při svém pobytu volí.

Graf 9:



Zdroj: vlastní šetření

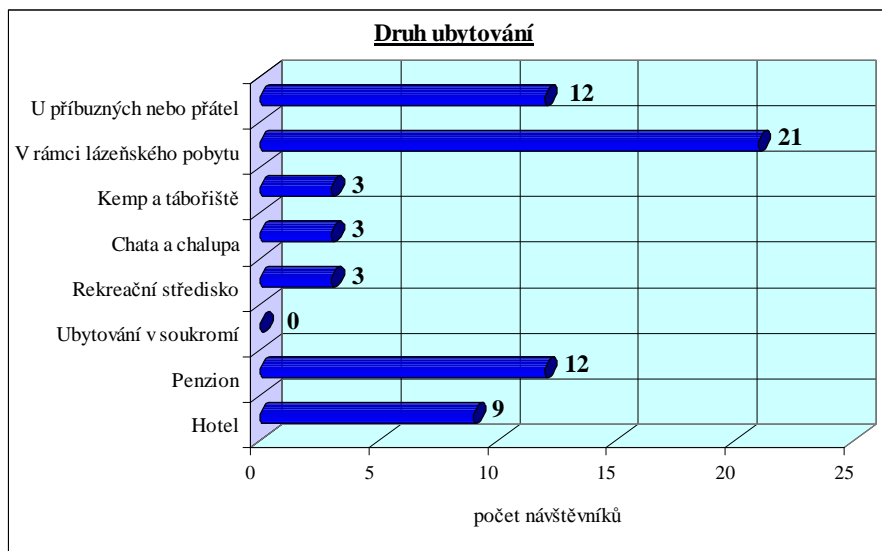
Graf 10:



Zdroj: vlastní šetření

Pobyt v Třeboni bývá z 58% jednodenní, převažují tedy výletníci. Pokud se turisté rozhodnou strávit zde více času, počet nocí se nejčastěji pohybuje od 2 do 4. Na druhém místě je pobyt delší než 7 dní.

Graf 11:



Zdroj: vlastní šetření

Na Třeboňsku jsou k dispozici následující kategorie ubytování – hotely, penziony, priváty, kempy, rekreační střediska, ubytovny, chaty a chalupy. Mezi nejznámější ubytovací zařízení patří Hotel Zlatá Hvězda (4\*), Hotel Bílý koníček (3\*), Hotel Galerie (3\*), Hotel Bohemia & Regent (3\*), Hotel Myslivna (2\*), Apartmány Nový Svět a Elizabeth (3\*), Penzion Maxim, Penzion restaurant U Třeboňského kola, Penzion Pohádka, Penzion U Míšků. Turisté volí, mimo ubytování v rámci lázeňského pobytu, ubytování v penzionu nebo u příbuzných a přátel. Na stejné úrovni bylo zaznamenáno ubytování v kempech, na chatách nebo chalupách a v rekreačních střediscích.

V otázce č. 12 měli návštěvníci seřadit největší atraktivity v Třeboni od 1 do 5. V nabídce byly lázně, rybníky, zámek, Schwarzenberská hrobka a pivovar Regent.

Tab. 1: Seřadte dle Vašeho názoru největší atraktivity v Třeboni od 1 do 5

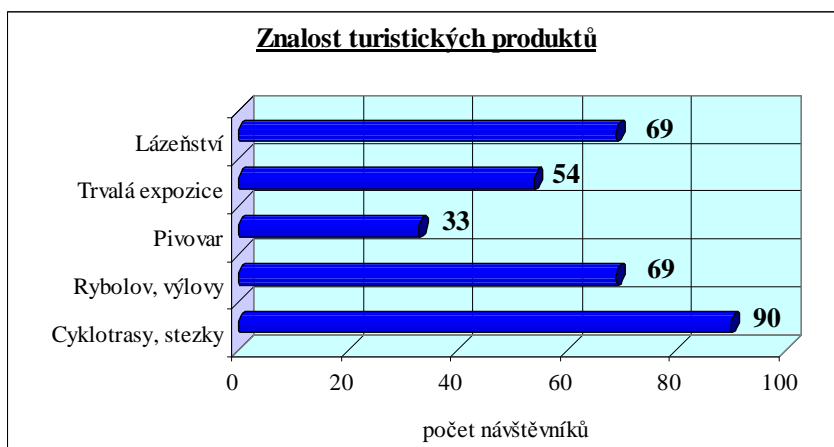
seřadit atraktivity	nejčastější známka	průměrná známka	1. místo	pořadí
LÁZNĚ	1	2,68	42	2
RYBNÍKY	1	2,48	51	1
ZÁMEK	2	2,86	18	4
HROBKA	3	2,72	30	3
PIVOVAR	5	4,24	9	5

Zdroj: vlastní šetření

Nejvíce atraktivní se zdají být rybníky, na druhém místě se umístily lázně a na třetím Schwarzenberská hrobka. Za nejmenší atraktivitu je považován pivovar Regent.

Ve třinácté otázce se zkoumaly turistické produkty na Třeboňsku, které znají návštěvníci z vlastní zkušenosti.

Graf 12:



Zdroj: vlastní šetření

Jsou to především naučné stezky, lázeňství a rybolov nebo výlovy. Na čtvrtém místě skončila Trvalá expozice na zámku a na posledním místě pivovar.

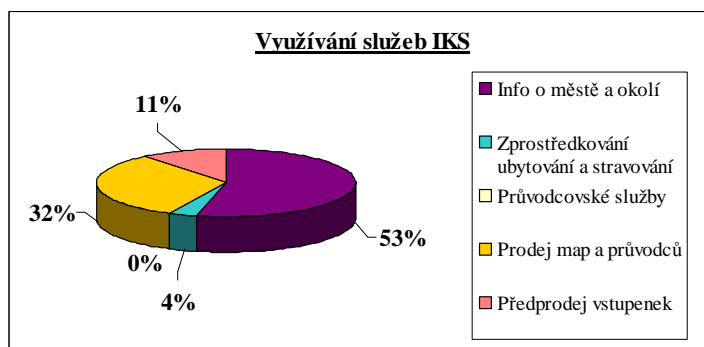
Otázka č. 14 a 15 se týká využívání služeb Informačního a kulturního střediska.

Tab. 2: Využíváte služby Informačního a kulturního střediska?

služby IKS	
ANO	60 = 40%
NE	90 = 60%

Zdroj: vlastní šetření

Graf 13:



Zdroj: vlastní šetření

IKS nabízí a zajišťuje následující služby:

- prodej turistických i cyklistických map, mapy evropských států a měst, průvodců a knižních publikací nejen o Třeboni, pohlednice z Třeboně a okolí, upomínkových předmětů, turistických známek, videokazet, cd-romů, dvd, aj.
- turistický servis, průvodcovská činnost
- správa oficiální internetových stránek [www.itrebon.cz](http://www.itrebon.cz), kde lze mimo jiné nalézt Informační servis pro turisty zahrnující základní údaje - charakteristika města, demografické informace, průmysl a zemědělství, dopravní dostupnost; historii a památky; přehled ubytování; tipy na výlety
- pořádání divadelních představení a koncertů, pořádání a spoluúčast na organizaci festivalů, pořádání řemeslných trhů, předprodej vstupenek na vlastní kulturní akce i jiných pořadatelů z celého regionu, prodejní místo sítě Ticketportál
- vydávání vlastních propagačních materiálů, výlep plakátů, kopírování a faxování

Podle průzkumu využívá služby Informačního a kulturního střediska pouze 40% dotázaných lidí. A nejvíce se jedná o tyto služby – informace o městě a okolí (53%) a prodej map, průvodců a dalších propagačních a informačních materiálů (32%). Naproti tomu průvodcovské služby nevyužívá nikdo z dotázaných osob.

Šestnáctou otázkou se dostáváme k hodnocení poskytovaných služeb v Třeboni.

Tab. 3: Jak jste spokojený/á s následujícími službami cestovního ruchu v Třeboni?

<b>Spokojenost se službami cestovního ruchu</b>	1	2	3	4	5	6	průměrná známka	pořadí
Ubytování	18	48	9	0	0	75	1,88	2
Stravování	39	69	30	3	0	9	1,98	4
Sportovně-rekreační služby	36	66	27	0	0	21	1,93	3
Společensko-kulturní služby	21	87	30	0	0	12	2,07	5
Lázeňské služby	42	45	9	0	0	54	1,66	1
Služby obchodu	0	18	54	33	15	30	3,38	6

Zdroj: vlastní šetření

Nejlépe jsou na tom lázeňské služby s průměrnou známkou 1,66 a nejhůře služby obchodu s průměrnou známkou 3,38. Na druhém místě se umístily ubytovací služby, na třetím místě sportovně-rekreační služby. V Třeboni pro sportovně-rekreační aktivity slouží Sportovní hala Alex, Tyršův stadion, TJ Jiskra Třeboň, Sport-centrum Doubí, Autocamp Třeboň a dále Bertiny Lázně a Lázně Aurora.

Otázkou č. 17 se zjišťoval zájem účastnit se při další návštěvě některé z uvedených každoročních kulturních událostí – Velikonoční trh, Anifest, prázdninový trh, Krčínova Třeboň, Lázeňská Třeboň, Čochtanova Třeboň, Rybářské slavnosti, Vánoční trhy. Dalo se předpokládat, že tento zájem bude velký.

Tab. 4: Označte prosím jakých každoročních událostí byste se zúčastnil/a při Vaší další návštěvě?

<b>3 nejlákavější kulturní události</b>	
<b>1. Krčínova Třeboň</b>	<b>63</b>
<b>2. Rybářské slavnosti</b>	<b>60</b>
<b>3. Čochtanova Třeboň</b>	<b>57</b>

Zdroj: vlastní šetření

Nemalým lákadlem pro plánování dovolené na Třeboňsku je právě i množství pořádaných kulturních akcí. Předzvěstí příchodu turistické sezóny a první velkou akcí v novém roce je každoročně mezinárodní festival animovaného filmu Anifest konající se v květnu. Mezi tři nejlákavější kulturní události však patří akce především s rybníkářskou tematikou jako je Krčínova Třeboň, Rybářské slavnosti nebo Čochtanova Třeboň. Vůbec žádných událostí by se neúčastnilo pouze 9 dotazovaných osob (6%).

**1. Krčínova Třeboň:** Slavnosti, které připomínají působnost významného stavitele jihočeských rybníků Jakuba Krčina z Jelčan.

**2. Rybářské slavnosti:** Pořadatelem akce je Místní akční skupina Třeboňsko. Hlavním partnerem je Rybářství Třeboň. Díky aktivitě pořadatelů získala akce podporu města Třeboně i Jihočeského kraje.

**3. Čochtanova Třeboň:** Setkání vodníků, rusalek a dušiček dobré vůle. Vodnický seminář, hon na Třeboňské kapry, průvod vodníků, rej bludiček, Miss Vodník.

K poslední osmnácté otázce, kdy se na závěr mohly uvést připomínky, jako jsou přednosti a výhody města Třeboň nebo jeho problémy a nedostatky, se respondenti vyjadřovali jen zřídka.



Mezi pozitivní připomínky patřily tyto:

- ideální místo pro nenáročnou cykloturistiku,
- historické a přírodní atraktivity na jednom území,
- dobře udržovaná infrastruktura cestovního ruchu,
- dobře značené cyklotrasy,
- celkově pěkné město,
- skvělé lázeňské služby a kulturní akce.

Mezi negativními připomínkami se objevily pouze dvě:

- nutná oprava některých cyklostezek,
- nedostatečné překlady publikací a knih o městě a okolí do cizích jazyků.

## **7.2 Závěry z dotazníkového šetření**

Mezi základní otázky dotazníkového výzkumu patřily:

- odkud návštěvníci pocházejí
- účel návštěvy
- aktivity turistů
- frekvence návštěv
- délka pobytu
- hodnocení služeb cestovního ruchu
- názory návštěvníků na danou destinaci

Návštěvníci Třeboně vyhledávají především klid, chtějí poznávat zajímavá místa, navštěvovat kulturní památky, věnovat se pěší turistice. Další činnosti jsou poté vyhledávané spíše konkrétními cílovými skupinami turistů. Preference volnočasových aktivit a vyhledávaných služeb se výrazně liší v závislosti na charakteru návštěvníků a samotné návštěvy. Zatímco mladší lidé vyhledávají častěji např. cyklovýlety, starší lidé si potrpí spíše na klid a vyhledávají např. lázeňské služby.

Produktové segmenty, které jsou nebo mohou být nositelem rozvoje cestovního ruchu na Třeboňsku:

1) Segment zaměřený na aktivní pohyb a především oblast cykloturistiky:

➤ **Cyklotrasy, naučné stezky:**

V současné době jsou vybudovány na území Třeboňska následující cyklotrasy a naučné stezky – Naučná stezka Cesta kolem Světa, Veselské pískovny, Červené blato, Domanín, Velký Lomnický, cyklistická naučná stezka Rožmberk, Okolo Třeboně, historicko-naučná stezka Paměť Vitorazska.

2) Milovníci památek a poznání, kteří vyhledávají historická místa i přírodní zajímavosti:

➤ **Trvalá expozice „Třeboňsko, krajina a lidé“ a návštěvnické centrum na zámku:**

Návštěvníci se zde dozví něco o historii a technických zajímavostech třeboňského rybníkářství, část se zabývá lázeňstvím, velká místnost je věnovaná Chráněné krajinné oblasti a biosférické rezervace Třeboňsko. Ve videosálu je možnost vidět zajímavé filmy o přírodě i historii Třeboňska.

➤ **Pivovar Regent – součást jihočeské pivní stezky:**

Jihočeské pivní stezky jsou jedinečnou příležitostí, jak ochutnat výborné pivo a typickou jihočeskou gastronomii, poznat tradiční výrobu jihočeského piva v místních pivovarech a v neposlední řadě vychutnat kulturní a historické atraktivity, které tento region nabízí.

3) Rodiny trávící dovolenou v klidném a přírodně atraktivním prostředí.

4) Střední a starší generace přijíždějící za relaxací, pro něž je cílovou aktivitou lázeňský ruch a wellness pobyty:

➤ **Lázeňství:**

K nejvýznamnějším trendům, které se prosazují v českém lázeňství, patří zkracující se průměrná délka pobytu, snižující se podíl tradičních léčebných pobytů a rostoucí poptávka po programech zaměřených na relaxaci a regeneraci. Stále více návštěvníků volí specializované pobyty nebo využívá nejrůznějších balíčků služeb. Významný segment zákazníků představují manažeři – pro ně jsou připraveny například antistresové pobyty zahrnující vedle jiného uklidňující koupele a nejrůznější druhy masáží, např. v *Lázních Aurora – pobyt Siesta*. Vzhledem k prodlužující se průměrné délce života se jednou z klíčových skupin lázeňských hostů stávají senioři, např. v *Bertiných lázních – Program pro seniory*. Ženy představují další významnou skupinu návštěvníků lázní. Jim jsou určeny programy obsahující vedle lázeňských procedur a masáží také kosmetickou péči a moderní formy cvičení. Např. v *Lázních Aurora – týden pro ženy Wellness*, v *Bertiných lázních – týdenní rekondiční wellness pobyt Zadáno pro ženy*.

5) „Baťůžkáři“ – početná skupina mladých lidí, z velké části studenti, navštěvující i různé kulturní akce.

6) Školní výlety:

➤ **Rybolov, výlovy:**

Velkým lákadlem je pro návštěvníky Třeboňska zhlédnutí tradičních podzimních výlovů rybníků. Produkční rybníkářství je v regionu stabilizačním prvkem nejenom po stránce ekologické, ale i po ekonomické. Proto si zaslouží podporu v rámci CHKO Třeboňska, ale i v mezinárodním měřítku. Program výlovů bývá následující:

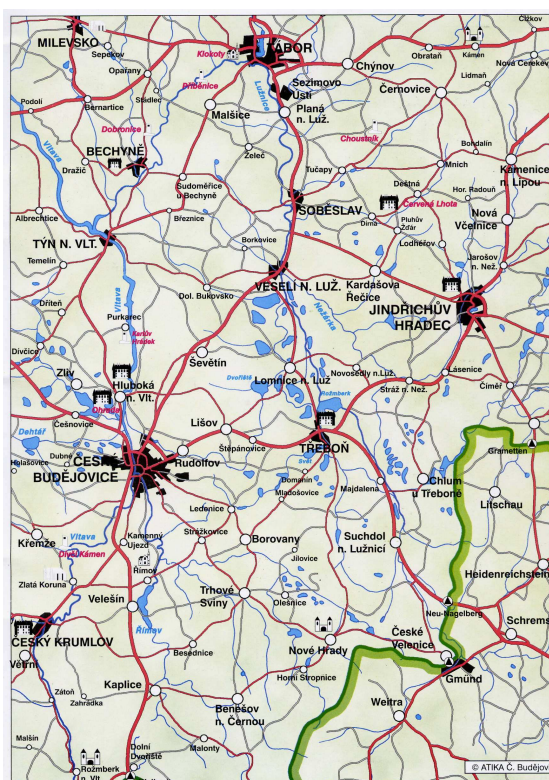
1. návštěva a sledování výlovu vybraného rybníka
2. naučný výklad průvodce o provádění výlovů, hospodaření na rybnících, historii a tradicích rybářství a rybníkářství, účelu a způsobech sádkování ryb
3. prohlídka blízkého okolí rybníka, významného nebo památného místa nebo kulturní vystoupení přímo na hrázi
4. návštěva sádek rybářské společnosti
5. ochutnávka ryby připravené přímo na místě výlovu
6. nákup ryby v místě výlovu či na sádkách
7. odborný výklad zaměstnance rybářské společnosti
8. rybářský obřad „Pasování na rybáře“

### **7.3 Verifikace hypotéz**

Z vytyčených cílů práce a před začátkem dotazování návštěvníků Třeboně byly sestaveny následující hypotézy. Po vyhodnocení dotazníkového průzkumu byly tyto hypotézy verifikovány.

- Návštěvníci Třeboně přijíždějí hlavně z blízkého okolí, ze vzdálenosti do 50 km.
- *Hypotéza výzkumem potvrzena. 64% návštěvníků přijede z okruhu 50 km, který zahrnuje např. města Jindřichův Hradec, České Budějovice, Český Krumlov, Veselí nad Lužnicí, Týn nad Vltavou nebo České Velenice.*

Obr. 1: Mapa okolí Třeboně do 50 km



Zdroj: brožura Třeboň: město a zámek, příroda na Třeboňsku

- Hlavním účelem návštěvy je lázeňský pobyt a dále poznávání památek a přírody.
- *Hypotéza vlastním terénním průzkumem plně potvrzena.*
- Pod pojmem „Třeboň“ si návštěvníci jako první představí rybníky a s nimi související termíny.
- *Hypotéza výzkumem potvrzena. 96 dotazovaných osob ze 150 uvedlo mimo pojem rybníky i termíny kapří sousoší, třeboňský kapr, Svět, Rožmberk.*
- Převažují jednodenní návštěvníci, tedy výletníci.
- *Hypotéza výzkumem potvrzena. 58% návštěvníků tvoří výletníci.*
- Většina návštěvníků využívá služby Informačního a kulturního střediska.
- *Hypotéza na základě dotazníkového průzkumu nepotvrzena. Pouhých 40% návštěvníků využívá služby IKS.*
- V Třeboni zatím nepůsobí organizace cestovního ruchu, která by iniciovala a řídila celý proces rozvoje cestovního ruchu.
- *Hypotéza na základě konzultací s kompetentními subjekty a předchozích analýz území potvrzena.*

## 7.4 SWOT analýza

Celková souhrnná analýza vnitřních a vnějších předpokladů, nazývaná též analýza marketingového prostředí, se zkráceně označuje spojením anglických zkratk slova *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats* jako SWOT analýza, která je základem vypracování každé marketingové strategie.

Aby analýza silných a slabých stránek měla opravdu vysokou vypovídací schopnost, musí její autor sledovat jednotlivé charakteristiky daného místa s ohledem na tytéž charakteristiky v rámci širšího regionu. Právě analýza mikroprostředí, vztažená k informacím o makroprostředí, by měla odhalit silné a slabé stránky sledovaného místa, a pomoci odhalit jeho výhody a nevýhody, přednosti a slabiny dalšího rozvoje a uvědomit si své postavení na trhu vůči konkurenci i cílovým skupinám.

Součástí SWOT analýzy je však kromě analýzy silných a slabých stránek také analýza příležitostí a hrozeb na makroúrovni. Zatímco analýza silných a slabých stránek je určitým porovnáváním ukazatelů zařazení sledovaného území do širšího kontextu, analýza příležitostí a hrozeb je analýzou trendů ovlivňující obec i organizace v ní působící zvenčí.

(4)

Jako zdroj pro sestavení této SWOT analýzy posloužily předchozí analýzy území a již vypracované SWOT analýzy daného regionu. Dále jako důležitý podklad sloužily výsledky dotazníkového šetření, pozorování a studium odborné literatury. Na základě toho byly vytipovány a vymezeny faktory, které by měly naplňovat podstatu silných a slabých stránek, ale i oblasti, ve kterých se mohou hledat příležitosti a ohrožení. Každý sledovaný faktor byl ohodnocen z hlediska svého vlivu a oklasifikován. Zjištěné skutečnosti byly přeneseny do tabulek sestavených pro tento účel.

Tab. 5: Analýza silných a slabých stránek potenciálu cestovního ruchu v Třeboni

Hodnocené faktory	Posouzení stavu (výkonnost)			Závažnost		
	dobrá	průměrná	špatná	vysoká	průměrná	nízká
<b>Primární potenciál</b>						
1. geografická poloha		•			•	
2. podnebí		•			•	
3. vodstvo	•			•		
4. fauna a flóra	•				•	
5. UNESCO, CHKO	•			•		
6. historické památky	•			•		
7. církevní památky		•				•
8. technické památky	•				•	
9. tradice lázeňství	•			•		
10. kulturní události	•			•		
11. naučné stezky	•			•		
12. produkty CR	•			•		
<b>Sekundární potenciál</b>						
13. dopravní dostupnost		•		•		
14. kvalita komunikací			•		•	
15. ubytovací zařízení		•		•		
16. stravovací zařízení		•		•		
17. místní speciality	•				•	
18. kulturní zařízení		•			•	
19. sportovní zařízení			•		•	
20. obchodní služby			•		•	
21. certifikace služeb		•		•		
<b>Terciární potenciál</b>						
22. spolupráce s organizacemi	•			•		
23. propagace destinace		•		•		
24. destinační management		•			•	
25. plán rozvoje CR	•			•		

Zdroj: vlastní šetření

Tab. 6: Závažnost a výkonnost faktorů

		Výkonnost		
		dobrá	průměrná	špatná
Závažnost	vysoká	3, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 22, 25	13, 15, 16, 21, 23	
	průměrná	4, 8, 17	1, 2, 18, 24	14, 19, 20
	nízká		7	

Zdroj: vlastní šetření

Z tabulky lze vyvodit, že silnými stránkami jsou faktory uvedené vlevo nahoře. Zásadní význam pro potenciál cestovního ruchu v daném území mají tedy rybníky, které dělají z Třebońska centrum českého rybníkářství, biosférická rezervace UNESCO a Chráněná krajinná oblast. Nachází se zde atraktivita přírodní, kulturní i technické, umožňující mnohostranné využití v cestovním ruchu. Třeboň má tradici lázeňství opírající se o místní léčebné zdroje rašeliny.

Dalšími přednostmi regionu jsou každoroční kulturní události; hustá a dobře značená síť cyklotras a naučných stezek napojená i na mezinárodní cyklotrasu Praha – Vídeň; turistické produkty, mezi které patří cyklotrasy a naučné stezky, rybolov a výlovy, pivovar – součást jihočeské pивní stezky, trvalá expozice „Třeboňsko, krajina a lidé“ a návštěvnické centrum na zámku, lázeňství. Co se týče spolupráce s organizacemi, je třeba ocenit rozsáhlé spektrum činností Informačního a kulturního střediska a díky tomu i propracovaný informační systém o městě a okolí pro veřejnost. A také je nutné zmínit, že Třeboňsko má Program turistického rozvoje.

Mezi silné stránky se mohou řadit i následující faktory – výhodná geografická poloha; zdravé životní prostředí, příznivé a blahodárné klima a ovzduší; dobrá dopravní dostupnost po silnici i po železnici; certifikace ISO 9001:2000 obou lázní, kdy kvalita lázeňských služeb je srovnatelná s evropskými lázeňskými místy, ceny jsou však nižší.

Slabými stránkami jsou nejméně výkonné a nejvíce závažné faktory. V rámci kvality komunikací bych uvedla jako problém nedostatečnou údržbu a obnovu cyklotras. Slabina sportovních zařízení v Třeboni tkví v tom, že chybí zimní stadion. Obchodní služby jsou hodnoceny negativně a místní obyvatelé i návštěvníci postrádají obchodní centrum.

Dále se dá považovat za nedostatek pro potenciál cestovního ruchu v Třeboni sezónní návštěvnost a délka pobytu, která je většinou jednodenní. Rozdíly v kvalitě poskytovaných služeb a nedostatečné překlady publikací a knih o městě a okolí do cizích jazyků.

Tab. 7: Analýza příležitostí pro potenciál cestovního ruchu v Třeboni

Hodnocené faktory	Pravděpodobnost úspěchu			Přitažlivost		
	vysoká	průměrná	nízká	vysoká	průměrná	nízká
<b>Primární potenciál</b>						
1. využití místních produktů	•			•		
<b>Sekundární potenciál</b>						
2. rozšíření kapacit ubytovacích zařízení		•		•		
3. specializace stravovacích zařízení		•		•		
4. nabídka kulturních akcí pro mládež		•			•	
5. transformace lázní		•			•	
6. podmínky pro kongresový a incentivní CR	•			•		
<b>Terciární potenciál</b>						
7. přeshraniční spolupráce	•				•	
8. mezinárodní partnerství	•			•		
9. destinační management	•			•		

Zdroj: vlastní šetření

Tab. 8: Faktory příležitostí

		Pravděpodobnost úspěchu		
		vysoká	průměrná	nízká
Přitažlivost	vysoká	1, 6, 8, 9	2, 3	
	průměrná	7	4, 5	
	nízká			

Zdroj: vlastní šetření

Mezi nejlépe využitelné příležitosti spadá využití místních produktů – produktové balíčky a jejich dostatečná propagace v rámci destinace i mimo ni, větší důraz na přilákání návštěvníků mimo sezónu. Vytváření podmínek pro kongresový a incentivní cestovní ruch, mezinárodní partnerství města a efektivnější koordinace činností subjektů v oblasti cestovního ruchu.

Další příležitosti, kterých by se mělo město Třeboň chopit jsou: rozšíření kapacit ubytovacích zařízení v důsledku stoupající atraktivity lázeňských pobytů v souladu s celosvětovým trendem narůstajícího zájmu o vlastní zdraví, relaxaci apod.;



specializace stravovacích zařízení a to na – nekuřácké a internetové kavárny, čajovny a nonstop, zdůraznit nabídku místních specialit (rybích); nabídnout kulturní akce pro mládež – spolupráce města s KKC Roháč na tom tuto mezeru vyplnit; transformace obou lázní – navrhnout model postupného splynutí a nakonec rozšiřování spolupráce příhraničních regionů (Euroregion Silva Nortica).

Tab. 9: Analýza ohrožení pro potenciál cestovního ruchu v Třeboni

Hodnocené faktory	Pravděpodobnost výskytu			Závažnost		
	vysoká	průměrná	nízká	vysoká	průměrná	nízká
<b>Primární potenciál</b>						
1. ohrožení ze strany jiných destinací		•			•	
2. přírodní katastrofy		•			•	
<b>Sekundární potenciál</b>						
3. nároky na kvalitní služby	•				•	
4. wellness služby	•			•		
<b>Terciární potenciál</b>						
5. financování lázeňské léčby	•				•	
6. špatný přístup k řízení destinace			•	•		

Zdroj: vlastní šetření

Tab. 10: Faktory ohrožení

		Pravděpodobnost výskytu		
		vysoká	průměrná	nízká
Závažnost	vysoká	4		6
	průměrná	3, 5	1, 2	
	nízká			

Zdroj: vlastní šetření

Největšími hrozbami pro Třeboň jsou wellness služby nezdravotních zařízení jako konkurence lázním; nároky na kvalitní služby, protože stále rostou požadavky návštěvníků v souvislosti s vyššími nároky na životní styl a s lázeňstvím souvisí i nejasná budoucnost financování zdravotnictví včetně lázeňské léčby (snížení výdajů zdravotních pojišťoven).

Výraznými hrozbami mohou být i ohrožení ze strany jiných destinací, přílišná koncentrace cestovního ruchu v Jihočeském kraji – nabídka jiných zajímavých atraktivit, které by konkurovaly městu. Přírodní katastrofy – povodně.

Tab. 11: Přehled SWOT – závěrečný výsledek

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	PŘÍZNIVÉ	NEPŘÍZNIVÉ
<b>VNITŘNÍ</b>	<b>Silné stránky</b>	<b>Slabé stránky</b>
	Výhodná geografická poloha.	Délka pobytu – většinou jednodenní.
	Zdravé životní prostředí.	Sezónní návštěvnost.
	Velké množství rybníků.	Nedostatečná údržba a obnova cyklotras.
	Biosférická rezervace UNESCO a CHKO.	Obchodní služby.
	Atraktivita přírodní, kulturní i technické.	Rozdíly v kvalitě poskytovaných služeb.
	Tradice lázeňství.	Nedostatečné překlady publikací a knih o městě a okolí do cizích jazyků.
	Každoroční kulturní události.	
	Cyklotrasy a naučné stezky.	
	Turistické produkty.	
	Dobrá dopravní dostupnost.	
	Certifikace obou lázní.	
	Rozsáhlé spektrum činností	
	Informačního a kulturního střediska.	
	Program turistického rozvoje celého Třeboňského regionu.	
<b>VNĚJŠÍ</b>	<b>Příležitosti</b>	<b>Hrozby</b>
	Využití místních produktů.	Ohrožení ze strany jiných destinací.
	Rozšíření kapacit ubytovacích zařízení.	Přírodní katastrofy – povodně.
	Specializace stravovacích zařízení.	Nároky na kvalitní služby.
	Nabídka kulturních akcí pro mládež.	Konkurence lázním v podobě wellness služeb nezdravotních zařízení.
	Transformace obou lázní.	Financování lázeňské léčby.
	Podmínky pro kongresový a incentivní cestovní ruch.	
	Přeshraniční spolupráce.	
	Mezinárodní partnerství města.	
	Efektivnější destinační management.	

Zdroj: vlastní šetření

Analýza SWOT je prvním krokem k určení současné pozice destinace na trhu cestovního ruchu. Určení silných a slabých stránek destinace znamená odpovědět na otázku „Z čeho se skládá nabídka destinace na trhu cestovního ruchu?“ Rozeznání příležitosti a ohrožení nabídky destinace na trhu znamená odpovědět na otázku „Co ovlivňuje úspěšnost nabídky destinace na trhu a v jakém směru?“

Silné stránky představují výhody destinace oproti konkurenci na trhu cestovního ruchu. Mohou jimi být – bohatost nabídky, velké množství atraktivit, dobrá dopravní dostupnost, přírodní prostředí, dlouhá historie, dobrá image, kvalitní suprastruktura, péče o návštěvníky, odbornost pracovníků v cestovním ruchu v destinaci, vztah místních obyvatel k návštěvníkům destinace apod.

Slabé stránky destinace představují naopak nevýhody oproti konkurenci na trhu. Je třeba je co nejdříve odhalit, snížit jejich vliv na minimum, případně je celkově odstranit. Sdružení cestovního ruchu může na základě analýzy identifikovat jako slabou stránku destinace například – neupravené přírodní prostředí, cena produktu, dostupnost informací, neznalost cizích jazyků, nevyhovující supra či infrastruktura, nízká úroveň poskytovaných služeb apod. (19)

## 8 Návrhy na propojení rekreačních funkcí v Třeboni

Třeboňsko nabízí různé formy rekreace, považuji ho za velice vhodné místo pro načerpání nových sil, k odpočinku jak aktivnímu tak pasivnímu. Podle mého názoru si každý může vybrat z rozsáhlé nabídky činností, které je zde možné provozovat – pěší turistika, cykloturistika, rybaření, poznávání památek, návštěva lázní. Propojení všech těchto možností rekreace shledávám ve vytvoření produktových balíčků pro dané území. Jádrem těchto balíčků je ubytování v hotelu nebo penzionu, ke kterému se přidružují další služby – stravování, vstupy do atraktivit, sportovní vyžití, návštěva lázní, kulturní události. Balíčky vyjadřují různé alternativy využití pobytu v dané destinaci. Prostřednictvím balíčků se může propagovat určitá image destinace, v tomto případě image rybníkářské oblasti, lázeňského místa nebo historicky a kulturně zajímavé lokality.

Tvorba produktových balíčků je v cestovním ruchu velice rozšířená. Jde o výhodnou nabídku pro návštěvníka, která ho má stimulovat ke koupi. Balíček totiž vždy obsahuje několik komponentů produktu, jejichž individuální cena je vyšší než cena balíčku, jehož jsou součástí.

Rozšíření produktového portfolia o balíčky má následující výhody:

- Zvyšují poptávku po destinaci
- Eliminují vliv sezónnosti a módnosti
- Zvyšují přitažlivost destinace
- Umožňují plnit speciálních požadavky a potřeby
- Pomáhají budovat dobré jméno destinace na novém trhu
- Zefektivňují distribuční cesty
- Umožňují přesnější plánování zdrojů – finanční zdroje, lidský kapitál
- Podporují spolupráci zařízení cestovního ruchu v destinaci
- Zlepšují prodej vlastního produktu jako část více známého jiného produktu
- Kombinují méně atraktivních komponentů s atraktivními
- Stimulují opakované návštěvy
- Reagují na nové trendy na trhu
- Podporují prodloužení pobytu v destinaci
- Zvyšují průměrné tržby na návštěvníka

Sdružení cestovního ruchu může vytvářet ve spolupráci se zařízeními cestovního ruchu různé typy produktových balíčků:

- Pro střední vrstvu, která vyžaduje cenově výhodné služby
- Zaměřené na zvláštní segment
- Pro skupiny se stejným zájmem
- All-inclusive
- Fly and drive (letenka, ubytování, auto)
- Bed and breakfast
- Balíček pro speciální destinaci (Disney World apod.)
- Tematické balíčky
- Dovolenkové balíčky
- Balíček pro dva
- Konferenční balíček
- Balíčky příležitostí – různé rodinné oslavy, svatby
- Incentivní balíčky

Produktové balíčky jsou mezi návštěvníky destinací populární především proto, že jim šetří čas při plánování pobytu v destinaci. Cena balíčků je obvykle nižší než součet cen všech komponentů, které obsahují. Návštěvníci si mohou zakoupit specializované balíčky podle svých zájmů. V zájmu úspěšnosti na trhu by měly balíčky poskytovat návštěvníkům určitou plus hodnotu, něco malého navíc. Samozřejmostí je kvalita komponentů, které by měly co nejvíc uspokojovat jejich potřeby a požadavky. (19)

## 8.1 „Křčínův balíček“

**Popis balíčku:** Balíček pro návštěvníky se speciálními zájmy – sportovně orientovaný prodloužený víkend v kraji rybníků, možnost rybaření, exkurze, společenské akce, relaxace.

**Segment:** Muži – rybáři, sportovci.

**Délka pobytu:** Prodloužený víkend: čtvrtek – neděle (3 noci).

**Odhadovaná cena:** 2.490 Kč; zahrnuje 3x ubytování v penzionu Maxim, stravování, vstupy na exkurze a jiné společné či sportovní aktivity.

**Možnosti prodeje a propagace:**

- Informační a kulturní středisko (IKS)
- Cestovní kanceláře a agentury:
  - Agentura Chata tour s.r.o. (České Budějovice) – dovolená v jižních Čechách, cykloturistika, rybaření
  - CK Jihotransa a.s. (České Budějovice) – specialista na Jižní Čechy, aktivní dovolenou, lázně
  - D Tour s.r.o. (Tábor) – specializace na Jižní Čechy
  - PEPA cestovní kancelář s r.o. (Praha) – zájezdy ve sportovně-rybářském duchu, zájezdy ČR i svět
  - CK Cyklotur (Hradec Králové) – cyklistické a relaxační pobyty, nabízí též Třeboňsko
  - Redok Travel (Svitavy) – cykloturistické zájezdy
  - Trip (Jablonec nad Nisou) – sportovní CK
- Penzion Maxim
- Lázně Aurora
- Další formy distribučních kanálů:
  - informační letáky – v IKS, v lázních, v ubytovacích a stravovacích zařízení
  - webová prezentace: [www.itrebon.cz](http://www.itrebon.cz), [www.trebonsko.cz](http://www.trebonsko.cz), [www.cestujme.cz/trebonsko](http://www.cestujme.cz/trebonsko)
  - reklama v tisku – např. Třeboňský svět

**Program:**

**1. den (čtvrtek)**

- ubytování v penzionu Maxim v odpoledních hodinách
- osobní volno na seznámení se s Třeboní a okolím
- ve večerních hodinách společné posezení a večeře v restauraci Rožmberská bašta, organizace společného programu a soutěž v šipkách

## 2. den (pátek)

- snídaně v penzionu
- dopoledne – seřízení kol, cyklistický okruh kolem rybníka Rožmberk – naučná stezka, zastávka u rybníka Zadní Kouty – kvalifikace v chytání ryb, okruh v délce 22 km
- pozdní oběd v restauraci U Třeboňského kola
- odpoledne – návštěva pivovaru Regent s ochutnávkou piva
- večer – lázně Aurora - večeře v restauraci Harmonie, bowlingový turnaj

## 3. den (sobota)

- snídaně v penzionu
- dopoledne – exkurze sádek „Svět“
- oběd U Třeboňského kola
- odpoledne – cyklistický okruh po naučné stezce Okolo Třeboně, zastávka nedaleko Chlumu u Třeboně u rybníka Nový Kanclíř – soutěž v chytání ryb – kdo uloví nejmenšího kapra, okruh v délce 39 km
- večer společná večeře v restauraci Šupina – možnost úpravy vlastnoručně vylovené ryby, poté vlastní program např. ve Sportcentru Doubí: maximální množství všech možných sportovišť, včetně sportovní haly, fitness, sauny apod.

## 4. den (neděle)

- snídaně v penzionu
- relaxační den – lázně Aurora - sauna, relaxační masáž, bazén
- odjezd domů

## **8.2 „Advent na ledě“**

**Popis balíčku:** Tematický balíček „Advent na ledě“ – bruslařská dráha na rybníku Svět, karneval na ledě, adventní prohlídka zámku, vánoční trhy na náměstí, vánoční kulturní program. Ubytování v penzionu Pohádka.

**Segment:** Rodiny s dětmi.

**Délka pobytu:** Prodloužený víkend: čtvrtek – neděle (3 noci).

**Odhadovaná cena:** 3.890 Kč/dospělá osoba, 3.090 Kč/dítě do 15. let; zahrnuje 3x ubytování v penzionu Pohádka, stravování: 3x snídaně v penzionu Pohádka, 2x oběd a 1x večeře v restauraci Bílý jednorožec, 1x večeře v restauraci Šupina, vstupy na kulturní akce a návštěvu bazénového komplexu v Lázních Aurora.

**Možnosti prodeje a propagace:**

- Informační a kulturní středisko (IKS)
- Cestovní kanceláře a agentury
- Penzion Pohádka
- Lázně Aurora
- Další formy distribučních kanálů:
  - informační letáky – v IKS, v lázních, v ubytovacích a stravovacích zařízeních, na zámku
  - webová prezentace: [www.itrebon.cz](http://www.itrebon.cz), [www.trebonsko.cz](http://www.trebonsko.cz), [www.cestujme.cz/trebonsko](http://www.cestujme.cz/trebonsko)
  - reklama v tisku – např. Třeboňský svět

**Program:**

**1. den (čtvrtek)**

- příjezd v odpoledních hodinách
- ubytování v penzionu Pohádka v centru Třeboně od 14.00
- prohlídka města
- večeře v nedaleké restauraci Bílý Jednorožec
- návštěva vánočního koncertu v divadle J.K.Tyla (pro rodiče a mládež)
- pro menší děti vyprávění pohádek s doprovodným programem přímo v penzionu Pohádka

**2. den (pátek)**

- snídaně v kavárně penzionu Pohádka
- adventní prohlídka zámku Třeboň se speciálním vánočním programem
- oběd v restauraci Bílý Jednorožec



- výprava k rybníku Svět - bruslení na vytvořené bruslařské dráze s hudbou, hokejový turnaj, pro výherce připraveno překvapení (soudek medoviny). K občerstvení tradiční staročeské pochoutky, svažené víno, čaj, ochutnávka široké variace domácí medoviny.
- večere v restauraci Šupina – rybí speciality

### 3. den (sobota)

- snídaně v kavárně penzionu Pohádka
- návštěva adventních trhů a prohlídka Betléma
- oběd v restauraci Bílý Jednorožec
- koupání v bazénovém komplexu v Lázních Aurora, pro děti tobogán, dále vířivka, sauna, solárium.
- večere v restauraci Bílý jednorožec – staročeské speciality
- vánoční dětské představení v divadle J.K.Tyla

### 4. den (neděle)

- snídaně v kavárně penzionu Pohádka
- ledový karneval na bruslích na rybníku Svět, soutěže pro děti a soutěž o nejkrásnější masku - 3 nejkrásnější masky získají poukázku na pohádkový pohár v kavárně penzionu Pohádka.
- rožnění ryb přímo na břehu rybníka, stánek s občerstvením
- návrat do penzionu, do 14.00 vyklizení pokojů, odjezd domů

## **8.3 „Bertiny líbánky“**

**Popis balíčku:** Balíček příležitostí – líbánky v Bertiných lázních, ubytování v hotelu Zlatá Hvězda.

**Segment:** Novomanželé.

**Délka pobytu:** Pondělí – pátek (4 noci).

**Odhadovaná cena:** 14.990 Kč pro manželský pár; zahrnuje 4x ubytování, 4x plná penze, lázeňské procedury, kulturní program: vstupenky na zámek, do kina nebo divadla.

### **Možnosti prodeje a propagace:**

- Informační a kulturní středisko (IKS)
- Cestovní kanceláře a agentury
- Hotel Zlatá hvězda
- Bertiny lázně
- Další formy distribučních kanálů:
  - informační letáky – v IKS, v lázních, v ubytovacích a stravovacích zařízeních, na zámku
  - webová prezentace: [www.itrebon.cz](http://www.itrebon.cz), [www.trebonsko.cz](http://www.trebonsko.cz), [www.cestujme.cz/trebonsko](http://www.cestujme.cz/trebonsko)
  - reklama v tisku – např. Třeboňský svět

### **Program:**

#### 1. den (pondělí)

- příjezd v dopoledních hodinách
- ubytování novomanželů v hotelu Zlatá hvězda
- oběd v hotelu
- prohlídka města s průvodcem (kterého zajistí Infocentrum)
- večere v hotelu
- volná zábava

#### 2. den (úterý)

- snídaně v hotelu
- procedury – whirlpoolvana, ruční masáž zad a šíje, fitness
- oběd v hotelu
- prohlídka zámku, stálé expozice a návštěvnického centra „Třeboňsko – krajina a lidé“
- večere v hotelu
- procedura – bylinková koupel, rašelinný obklad
- kulturní program – kino Světozor nebo divadlo J.K. Tyla

#### 3. den (středa)

- snídaně v hotelu
- procedury – cvičení v bazénu, infrasauna
- oběd v hotelu

- procedury – ruční masáž zad, šíje, obličeje a nohou
- večere v hotelu
- procedury – slatinná koupel nebo perličková koupel

#### 4. den (čtvrtek)

- snídaně v hotelu
- procedury – relaxační perličková lázeň s bylinkami
- oběd v restauraci Šupinka
- procedury (thermoobklad – rašelina, aromaterapeutická bublinková koupel, infrasauna)
- večere v hotelu
- taneční večer v restauraci Adéla v Bertiných lázních

#### 5. den (pátek)

- snídaně v hotelu
- odjezd domů

## **9 Zhodnocení možností destinačního managementu v Třeboni**

Vytváření partnerství pro cestovní ruch na regionální úrovni je základním předpokladem udržitelného rozvoje cestovního ruchu a zároveň zásadní podmínkou pro čerpání finančních prostředků z fondů EU.

Jednotlivé regiony, jak turistické regiony, tak kraje, vykazují značné rozdíly v úrovni a pojetí managementu cestovního ruchu na svém území, stejně tak i v zapojení různých subjektů do tohoto procesu a úrovni komunikace mezi partnery. Spolupráce na řízení a podpoře rozvoje cestovního ruchu závisí čistě na libovůli těchto subjektů a schopnosti nalézt společnou řeč. Do značné míry je to způsobeno neexistencí shody případně závazného vymezení kompetencí a odpovědnosti jednotlivých aktérů v oblasti cestovního ruchu. Každý subjekt tak chápe svou roli a roli těch ostatních trochu odlišně. Tato neshoda a absence systémového provázání činností je jednou z největších brzd zavedení efektivního managementu cestovního ruchu v regionech.

V kontextu výše uvedeného lze říci, že nikde na území České republiky se doposud nesetkáváme se skutečným managementem cestovního ruchu, jako spíše s pokusy o koordinaci některých aktivit v cestovním ruchu, i když situace v každém z regionů se poměrně rychle mění. Hlavní roli v řízení zmíněných dílčích aktivit hrají kraje, Česká centrála cestovního ruchu a turistické regiony a turistické oblasti prostřednictvím celé řady organizací cestovního ruchu různých právních forem, zaměření, zavedenosti a vyspělosti fungování.

Hlavní slovo v cestovním ruchu a jeho organizaci na území Jihočeského kraje má krajský úřad (respektive Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu). Z krajské strategie vyplynulo, že by mělo dojít k založení organizace cestovního ruchu, došlo tedy k transformaci Jihočeské centrály cestovního ruchu, právní forma zůstala stejná, ale jejími členy se stali Jihočeský kraj, Jihočeská hospodářská komora a Svaz měst a obcí Jihočeského kraje. Jihočeský kraj je ukázkovým příkladem budování partnerství tzv. „shora“ a patří k těm územím, kde se spolupráci v cestovním ruchu zainteresovaných subjektů daří poměrně dobře rozvíjet. (65)

Ačkoliv se všichni shodují v názoru, že cestovní ruch představuje významný přínos pro život města, obce nebo jen určitého území, je tento přístup ve většině případů ponechán svému osudu a je čistě závislý na podnikatelských aktivitách jednotlivých provozovatelů zařízení cestovního ruchu.

Host nepřijíždí do turistické destinace proto, že si oblíbil určitý hotel nebo restauraci, ale přijíždí na určité místo, kde se tento hotel nebo restaurace nacházejí. Je pro něj rozhodující souhrnná nabídka služeb pro jím požadovanou formu dovolené. Hodnotí destinaci podle toho, jaké potřeby a přání, a v jaké kvalitě, je mu destinace schopna uspokojit. Při svém rozhodování nejprve vybírá určitou formu cestovního ruchu podle svých představ a zálib – odpočinkovou, sportovní, vzdělávací nebo kulturní dovolenou, případně různé kombinace těchto forem. Teprve potom se začne zajímat o atraktivitu místa, o ubytování, stravování a dodatečné služby, dopravní spojení, bezpečnost, přístup hostitelské populace aj. Všechny tyto faktory představují pro potenciálního hosta jeden produkt, definují turistickou destinaci z hlediska hosta. (45)

V turistických regionech by proto měly postupně začít působit organizace cestovního ruchu (OCR). Nekoordinované aktivity by měly přejít na profesionální bázi s vyjasněnými kompetencemi a principy řízení. K tomu je třeba mít jasně definovaná území, aby OCR měla konkrétní partnerské subjekty. Velmi podstatná je také zpětná vazba a monitoring úspěšnosti či neúspěšnosti realizovaných opatření.

V regionu je nutností, aby fungovala organizace, která bude iniciovat a řídit celý proces rozvoje cestovního ruchu ve spolupráci se soukromým i státním sektorem a místními obyvateli. V OCR by v této souvislosti měly být zastoupeny podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy, orgány místních samospráv a obyvatelé regionu. Koordinace zájmu všech zainteresovaných stran je jednou z podmínek nekonfliktního rozvoje cestovního ruchu v regionu.

Navrhuji proto založit organizaci cestovního ruchu pod názvem AGENTURA PRO MÍSTNÍ ROZVOJ, jejíž vizí by bylo:

- rozvoj povědomí a propagace destinace Třeboňsko,
- tvorba komplexních turistických produktů (balíčků),
- komplexní řízení kvality produktů a služeb cestovního ruchu,
- úspěšná konkurenceschopnost vůči ostatním destinacím v jižních Čechách,

- podpora a rozvoj cestovního ruchu s ohledem na trvale udržitelný rozvoj,
- koordinace turistické dopravní obslužnosti,
- spolupráce s klíčovými aktéry v regionu (obcemi, Správou CHKO, veřejnou správou, podnikateli, občany),
- partnerství s Informačním a kulturním střediskem města Třeboně.

Produkty cestovního ruchu na Třeboňsku vznikají z iniciativy podnikatelů – např. Správa CHKO Třeboňsko i samotného města. Většímu rozšíření produktů brání především nízká úroveň spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu. Spolupráce se omezuje většinou na koordinaci marketingových aktivit. Nápravu lze hledat v zapojení informačních středisek, incomingových cestovních kanceláří a organizací cestovního ruchu do vyhledávání, přípravy a tvorby regionálních produktů. Důležité je zkvalitnění a rozšíření nabídky zejména o produkty pro mimo-sezónní období. U produktů zaměřených na poznání kulturního dědictví a přírodního bohatství je nutné dbát na jejich zachování a ochranu.

Nejdůležitější roli v oblasti cestovního ruchu hraje v Třeboni Informační a kulturní středisko. Hlavní činností certifikovaného turistického informačního centra je především bezplatné poskytování informací veřejnosti a vytváření komplexní databanky cestovního ruchu. Dále může informační středisko nabízet doplňkové služby, pokud tímto nenaruší objektivitu a kvalitu zdarma poskytovaných služeb. Proto je také nejčastějším zřizovatelem infocentra obec. Třeboňské informační středisko je i střediskem kulturním, proto některé akce např. kinematograf bratří Čadíků a Krčínova Třeboň jsou akcemi bezplatnými na podporu turistického ruchu. Město prostřednictvím IKS takto investuje do podobných akcí a zůstává na každém podnikateli, jak tyto možnosti využije. Každé představení přiláká do města tisíce návštěvníků, kteří zde utratí nemalé finanční částky, a pokud jsou spokojeni, pravidelně se do Třeboně vrací. A právě to by mělo být hlavním cílem všech, kterým záleží na rozvoji města a úspěšného provozu soukromých živností, jejichž chod je v převážné většině závislý na cestovním ruchu. (71)

## 10 Závěr

Třeboňsko je významnou oblastí cestovního ruchu nadregionálního významu. Nosnými produkty v oblasti cestovního ruchu jsou přírodní atraktivity, lázně, kulturně-historické atraktivity, cykloturistika, vhodnost krajiny pro pěší turistiku, rekreaci u vody, pro sportovní rybolov. Při posuzování stávajícího rekreačního potenciálu území lze vycházet z výše uvedených charakteristik, které spojuje zachovalost přírodního bohatství, četnost historických památek a příležitosti ke sportovnímu i kulturnímu využití.

Kulturní krajina s množstvím vodních ploch a lesů nabízí srovnatelný standard služeb cestovního ruchu a hustou síť turistických a cykloturistických tras a stezek v převážně rovinném terénu třeboňské pánve. Nižší náročnost cyklotras na Třeboňsku vhodně doplňuje nabídku Šumavy.

Na území Třeboňska se zejména v letních měsících odehrává řada hudebních, divadelních a filmových festivalů. Velkým aktuálním nedostatkem v nabídce cestovního ruchu je nedostatečné využití těchto kulturních aktivit v ucelenějších vícedenních produktech, které by byly schopné přilákat zejména individuální návštěvníky k vícedenním pobytům.

Třeboňsko není krásné pouze v létě, jsou zde možnosti i pro zimní sporty, např. bruslení na zamrzlých rybnících nebo běžky. Milovníci procházek na čistém vzduchu si přijdou na své i na jaře a na podzim. A za podívání rozhodně stojí výlovy rybníků.

V Třeboni má svou více než stoletou tradici lázeňská péče a je poskytována pro nemoci pohybového ústrojí. Počet pacientů v posledních deseti letech neustále roste. Třeboň disponuje dvěma lázeňskými zařízeními. Jsou to Lázně Aurora s.r.o. a Bertiny lázně s.r.o. Lázně Aurora s.r.o. jsou kapacitně největším jihočeským lázeňským zařízením. Celková ubytovací kapacita činí více jak 450 lůžek ve třech lázeňských budovách. Mezi základní léčebné metody patří vodoléčba, masáže, fyzikální terapie, rehabilitační metody, inhalace apod. Bertiny lázně s.r.o. jsou z hlediska léčených nemocí a indikace zaměřeny na nemoci pohybového ústrojí, na obezitu a nadváhu, pooperační a poúrazové stavy a rekondici. Vedle základních léčebných procedur založených na bázi kombinování slatinných koupelí a zábalů s ručními masážemi využívají Bertiny lázně také široký okruh vodoléčebných procedur, jako jsou například podvodní vířivé a perličkové, masáže, přísadové koupele, vířivky horních a dolních končetin apod.

Dále jsou v nabídce laserové techniky, elektroléčby, parafinové zábaly nebo plynové injekce. Ubytovací kapacita lázní je 180 lůžek, kromě vlastních ubytovacích zařízení zajišťují lázně ubytování i v místních dependantech.

Pro další rozvoj Třeboňského regionu v současné době chybí tvorba kombinovaných i specializovaných produktů, které primární potenciál oblasti budou schopny využít. Nezbytným předpokladem dalšího rozvoje cestovního ruchu je kromě výše uvedeného základního potenciálu i kvalita poskytovaných služeb a infrastruktury ubytovacích zařízení, stravovacích kapacit, sportovních zařízení, úprava cyklostezek a cyklotras, tvorba informačních systémů a doprovodných služeb cestovního ruchu.

Částečnou příčinou, která negativně ovlivňuje celkovou výkonnost cestovního ruchu v regionu, je absence jihočeských tour operátorů, kteří by prodávali produkty prioritně zaměřené na atraktivitu cestovního ruchu v Jihočeském kraji. Aktivní oslovení trhu cestovního ruchu z regionální úrovně je nezbytnou podmínkou vyváženého a dlouhodobého rozvoje cestovního ruchu na území kraje. To souvisí s dosud nedostatečnou nabídkou vícedenních produktů cestovního ruchu.

Tvorba regionálních produktů cestovního ruchu předpokládá profesionální znalost nových specifických aplikací z oblasti managementu a marketingu. Uvedený požadavek je stále aktuální s procesem získávání finančních prostředků na podporu rozvojových programů jednotlivých regionů. Jednou z takových nových disciplín, které mohou nastartovat regionální rozvoj je aplikace destinačního managementu a využívání zahraničních zkušeností v této oblasti. Shodným pojátkem při hodnocení praxe destinačního managementu a marketingu je problém úrovně řízení a koordinace, strategické plánování, míra využívání podpůrných fondů, míra spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů. Vhodná aplikace destinačního managementu a marketingu může proměnit zřejmé regionální nevýhody v konkurenční výhodu. (7)

V České republice se problematika rozvoje regionů a řízení destinace začala rozpracovávat po roce 2000. Problematika z pohledu teoretické úrovně poznání se pomalu přesouvá do praxe regionálních institucí a podnikatelských subjektů v cestovním ruchu.



Pro efektivní řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji je nezbytným předpokladem správně nastavený systém komunikace mezi řídicími orgány kraje, jeho výkonnými organizacemi a soukromými subjekty aktivními v oblasti cestovního ruchu. Za rozvoj cestovního ruchu ve spravovaném území zodpovídá podle Koncepce Státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013. Kraj by měl řešit strategické náležitosti rozvoje cestovního ruchu v regionu a také vést ucelenou statistiku a zastřešovat marketingovou komunikaci. Za krajský úřad nese zodpovědnost v oblasti cestovního ruchu Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Jihočeského kraje.

## 11 Summary

Keywords: Destination Management, Packaging, Programming, Partnership, Recreational Roles – Spa Destination, Destination by Water Areas, Cultural and Social Roles.

The theme of this dissertation is Territorial relations and connection of the recreational roles in the selected area. The work is divided into two parts, the theoretical one explains the technical terms of tourism, and the practical part presents the region of Třeboň. The main aim was to analyse the tourism potential in this selected area, to analyse the possibilities of partnership among tourism organizations operating in Třeboň and to suggest the optimal connection of the recreational roles. So it was necessary to carry out own survey in the Třeboň region. The results will help to evaluate the recreational activities and the destination management role.

Halfway between two main cities of South Bohemia, České Budějovice and Jindřichův Hradec, lies an ancient town of Třeboň. Třeboň is not only a spa town and a town of rich history, it is situated in the middle of Protected Landscape Area and UNESCO Biosphere. The region of Třeboň offers everybody an opportunity for rest, local fish specialities and beer from the local Regent brewery. Beyond the town walls typical South Bohemian countryside with ingenious system of ponds spreads. This countryside has made the area interesting for leisure activities, for trips and hikes. Cycling is becoming a very popular way of spending one's holiday. The flat terrain, with its forests and ponds, is suitable for those who go in for sports in recreation only or for the beginners. The entire region is covered with dense network of market cycle and walking tracks.

The town of Třeboň has a busy cultural and social life. The Renaissance castle has attractive sightseeing routes, which document the way of life of two most important noble families that owned Třeboň – the Rosenbergs and the Schwarzenbergs. Other parts of the town are no less valuable, because they are in the Historic Town Reserve: the square with Renaissance and Baroque Burgher houses, the town hall with the tower, a Gothic church, and the monastery buildings. On the opposite site of the Svět pond there is another place of peace and quiet: the unique Schwarzenberg family pseudo-Gothic tomb with chapel. The chapel is often used for concerts in summer.

Třeboň has had a long spa tradition which began in 1883 when the Berta's spa was built. Třeboň was given the statute of a spa town in 1960. And in 1975 spa complex Aurora was established. The spas in Třeboň have always been based on natural healing source – peat. Spas use mud and peat baths which have provided beneficial effects on diseases of the motion apparatus. A stay in the spa is ideal both for patients with serious illnesses, and for those who need intensive relaxation. The spas offer a wide range of possibilities how to spend a health holiday and many complementary programmes. The curative effects of a spa stay are also supported by the quality of the surrounding environment.

In Třeboň there is a rich variety of cultural events, mainly from June till September, which take place in the square, in the theatre of J.K. Tyl, in the castle courtyard or in the Schwarzenberg tomb. There is a list of the most interesting events – film festival “Anifest”, folk festival “Around Třeboň”, historical festival Krčín's Třeboň, an entertaining presentation of the spa called Spa Třeboň, Čochtan's Třeboň etc.

If someone says the “region of Třeboň”, the echo will be “the ponds”. The ponds as we know today was built in the 16<sup>th</sup> century thanks to the wealthy Rosenberg family and their pond builders Štěpánek Netolický and Jakub Krčín of Jelčany. In this region is situated the biggest pond of the Czech Republic called Rožmberk. Ponds like Svět and Opatovický pond are often used for bathing and other water sports or for fishing.

Tourism organizations operating in Třeboň are: Information and Cultural Centre of Třeboň, Local Action Group Třeboňsko p.b.c., Development Agency of Třeboň, Administration of the Protected Landscape Area of Třeboň, The Association of Spa Places in the Czech Republic, Tourist Authority of South Bohemia.

The town of Třeboň is very popular destination thanks to the historical sights and services, ranging from spas, ponds and castle to other possibilities of entertainment. Cycling, hiking, cultural events or stay in the spa help renew the energy. Together with pure environment and excellent conditions for summer recreation the Třeboň region has become a much frequented locality by tourists. By the concentration of natural and historical significance, Třeboň occupies the unique position among Bohemian and Moravian towns.

## 12 Seznam použité literatury

### Monografie:

1. BURACHOVIČ, S., WIESER, S. Encyklopedie lázní a léčivých pramenů v Čechách na Moravě a ve Slezsku. Praha : Libri, 2001. 1. vyd. 456 s. ISBN 80-7277-048-9.
2. DAVID, P. a kol. Třeboňsko. Praha : S&D, 2005. 1. vyd. 143 s. ISBN 80-86899-00-4.
3. DYKYJOVÁ, D. Třeboňsko : příroda a člověk v krajině pětিলisté růže. Třeboň : Carpio, 2000. 1. vyd. 111 s. ISBN 80-901945-8-3.
4. FORET, M. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha : Grada Publishing, 2001. 1. vyd. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
5. HAGUE, P. Průzkum trhu. Brno : Computer Press, 2003. 1. vyd. 234 s. ISBN 80-7226-917-8.
6. HAVLOVÁ, M. Třeboň : historie, architektura, příroda, společnost, osobnosti, tradice, zajímavosti, informace. Plzeň : Fraus, 2005. 1. vyd. 16 s. ISBN 80-7238-355-8.
7. HESKOVÁ, M. a kol. Analýza destinačních managementů v cestovním ruchu na příkladech České republiky a Rakouska. Bratislava : Kartprint, 2004. 1. vyd. 83 s. ISBN 80-88870-42-9.
8. HESKOVÁ, M. Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2006. 1. vyd. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.
9. HESKOVÁ, M. Unikátní technické atraktivita jižních Čech. Praha : Profess Consulting, 2006. 1. vyd. 182 s. ISBN 978-80-7259-053-7.
10. HLUŠIČKOVÁ, H. (editor) a kol. Technické památky v Čechách, na Moravě a ve Slezsku. IV. díl, Š-Ž. Praha : Libri, 2004. 1. vyd. 550 s. ISBN 80-7277-160-4.
11. HORNER, S., SWARBROOKE, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha : Grada Publishing, 2003. 1. vyd. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
12. HRABÁNKOVÁ, M. Management cestovního ruchu. České Budějovice : JČU, 2002. 1. vyd. 82 s. ISBN 80-7040-580-5.
13. HULE, M. Průvodce lázeňského hosta Třeboní. Třeboň : Carpio, 2006. 1. vyd. 196 s. ISBN 80-86434-14-1.
14. HULE, M. Průvodce po rybnících, památkách a hospůdkách Třeboňska. Třeboň : Carpio, 2005. 1. vyd. 165 s. ISBN 80-86434-10-9.
15. HULE, M. Rybníkářství na Třeboňsku: historický průvodce. 2. upr. a dopl. vyd. Třeboň : Carpio, 2003. 250 s. ISBN 80-86434-00-1.

16. Chráněná území ČR. VIII., Českobudějovicko : Třeboňsko. Praha : Agentura ochrany přírody a krajiny ČR, 2003. 1. vyd. 66 s. ISBN 80-86064-65-4.
17. INDROVÁ, J. a kol. Cestovní ruch I. Praha : Oeconomica, 2004. 1. vyd. 113 s. ISBN 80-245-0799-4.
18. JANEČKOVÁ, L. Marketing měst a obcí. Praha : Grada Publishing, 1999. 1. vyd. 184 s. ISBN 80-7169-750-8.
19. KIRÁLOVÁ, A. Marketing destinace cestovního ruchu. Praha : Ekopress, 2003. 1. vyd. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
20. KNOP, K. a kol. Lázeňství: ekonomika a management. Praha : Grada Publishing, 1999. 1. vyd. 231 s. ISBN 80-7169-717-6.
21. KOZEL, R. a kol. Moderní marketingový výzkum. Praha : Grada Publishing, 2006. 1. vyd. 277 s. ISBN 80-247-0966-X.
22. KROB, M. Třeboň. Třeboň : Carpio, 2001. 1. vyd. 192 s. ISBN 80-86326-25-X.
23. KROUPA, S. Zázraky před jižní hranicí : pohled z Novohradských hor do měst a vesnic v jižní části roviny třeboňské. České Budějovice : Veduta, 2005. 1. vyd. 242 s. ISBN 80-86829 -12-X.
24. KRŮŽEK, V. Obrazy z dějin lázeňství. Praha : Libri, 2002. 2. vyd. 263 s. ISBN 80-7277-092-6.
25. MALÁ, V. Cestovní ruch. Praha : VŠE, 1999. 1. vyd. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.
26. MORRISON, A. M. Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha : Victoria Publishing, 1995. 1. vyd. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.
27. ORIEŠKA, J. Technika služeb cestovního ruchu. Praha : Idea servis, 1999. 1. vyd. 244 s. ISBN 80-85970-27-9.
28. PALATKOVÁ, M. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu. Praha : Grada, 2006. 1. vyd. 341 s. ISBN 80-247 -1014-5.
29. PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha : MMR, 2002. 1. vyd. 448 s.
30. PAYNE, A. Marketing služeb. Praha : Grada Publishing, 1996. 1. vyd. 247 s. ISBN 80-7169-276-X.
31. PSÍKOVÁ, J. Takové byly a jsou třeboňské lázně. Třeboň : Bertiny lázně, s.r.o., 2003. 1. vyd. 130 s. ISBN 80-239-0517-1.
32. RUBÍN, J. (editor) a kol. Národní parky a chráněné krajinné oblasti. Praha : Olympia, 2003. 1. vyd. 204 s. ISBN 80-7033-808-3.

33. SEIFERTOVÁ, V. Marketing v lázeňském cestovním ruchu. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. 1. vyd. 120 s. ISBN 80-86592-00-6.
34. Význam rybníků pro krajinu střední Evropy: trvale udržitelné využívání rybníků v Chráněné krajinné oblasti a biosférické rezervaci Třeboňsko. Praha : České koordinační středisko IUCN, 1996. 1. vyd. 189 s. ISBN 2-8317-0322-0.

### **Internetové zdroje:**

35. Bertiny lázně Třeboň [online]. [cit. 9.11. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.bera.cz](http://www.bera.cz)
36. Bohemia Regent, tradiční české pivo [online]. Poslední aktualizace 27.2. 2007 [cit. 10.11. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.pivovar-regent.cz](http://www.pivovar-regent.cz)
37. CzechTourism [online]. QCM, s.r.o. [cit. 1.12. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)
38. Český statistický úřad [online]. Český statistický úřad, 2008 [cit. 20.1. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)
39. Euroregion Silva Nortica [online]. Euroregion Silva Nortica [cit. 2.2. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.ersn.cz](http://www.ersn.cz)
40. Hotel Nový Svět [online]. [cit. 3.2. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.hotel-novy-svet.cz-ubytovani.com](http://www.hotel-novy-svet.cz-ubytovani.com)
41. Hotel Zlatá hvězda Třeboň [online]. Hotel Zlatá hvězda, 2006 – 2008 [cit. 3.2. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.zhvezda.cz](http://www.zhvezda.cz)
42. HRDINOVÁ, R. Zdravotní dovolená. In Zpravodajský server Hospodářských novin [online]. Economia a. s., 31. 7. 2007 [cit. 9.11. 2007]. Dostupné na Internetu: [hn.ihned.cz](http://hn.ihned.cz). ISSN 1213-7693.
43. CHKO Třeboňsko [online]. Vizus [cit. 2.12. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.trebonsko.ochranaprirody.cz](http://www.trebonsko.ochranaprirody.cz)
44. Informační a kulturní středisko města Třeboně [online]. IKS Třeboň [cit. 7.10. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.itrebon.cz](http://www.itrebon.cz)
45. JAKUBÍKOVÁ, D. Marketingový management turistické destinace. In server cestovní ruch [online]. Hotel Fontána, s.r.o., 1999 – 2007 [cit. 6.10. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.cestovni-ruch.cz](http://www.cestovni-ruch.cz)
46. Jihočeská centrála cestovního ruchu [online]. [cit. 17.11. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.jccr.cz](http://www.jccr.cz)
47. Lázně Aurora Třeboň [online]. Lázně Aurora, s.r.o. [cit. 9.11. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.aurora.cz](http://www.aurora.cz)

48. Lázně Bechyně [online]. [cit. 9.11. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.laznebechyne.cz](http://www.laznebechyne.cz)
49. Marketingová komunikace pro destinaci. In e-Knihovna projektů Vzdělávání v cestovním ruchu [online]. [cit. 19.10. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.vzdelavanivcr.cz](http://www.vzdelavanivcr.cz)
50. Město Třeboň [online]. [cit. 7.10. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.mesto-trebon.cz](http://www.mesto-trebon.cz)
51. Ministerstvo pro místní rozvoj [online]. QCM, s.r.o. [cit. 19.1. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)
52. Místní akční skupina Třeboňsko o.p.s. [online]. MAS [cit. 20.1. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.mas-trebonsko.cz](http://www.mas-trebonsko.cz)
53. Penzion Pohádka [online]. [cit. 3.2. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.penzionpohadka.cz](http://www.penzionpohadka.cz)
54. Region a cestovní ruch. In e-Knihovna projektů Vzdělávání v cestovním ruchu [online]. [cit. 19.10. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.vzdelavanivcr.cz](http://www.vzdelavanivcr.cz)
55. Regionální informační servis [online]. RIS, 2005 – 2008 [cit. 20.1. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.risy.cz](http://www.risy.cz)
56. Rožmberská bašta [online]. [cit. 2.2. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.rozmberska-basta.cz](http://www.rozmberska-basta.cz)
57. Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska [online]. SHS CMS [cit. 20.1. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.shscms.cz](http://www.shscms.cz)
58. Sdružení lázeňských míst ČR [online]. [cit. 20.1. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.spas.cz](http://www.spas.cz)
59. Sportcentrum Doubí [online]. [cit. 2.2. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.doubi.treb.cz](http://www.doubi.treb.cz)
60. Svaz měst a obcí České republiky [online]. Seal s.r.o. [cit. 19.1. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.smocr.cz](http://www.smocr.cz)
61. Šupina restaurace [online]. [cit. 2.2. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.supina.cz](http://www.supina.cz)
62. Třeboňská rozvojová společnost [online]. Třeboňská rozvojová společnost o.p.s., 2004 – 2008 [cit. 20.1. 2008]. Dostupné na Internetu: [www.tr-ops.cz](http://www.tr-ops.cz)
63. Třeboňsko [online]. Odeon data servis a.s. [cit. 7.10. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.trebonsko.cz](http://www.trebonsko.cz)

64. VYSTOUPIL, J., HOLEŠINSKÁ, A., ŠAUER, M. Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci. Praha : zpracoval Thema Consulting, s.r.o., vydalo MMR, 2007. In e-Knihovna projektů Vzdělávání v cestovním ruchu [online]. [cit. 19.10. 2007]. Dostupné na Internetu: [www.vzdelavanivcr.cz](http://www.vzdelavanivcr.cz)

#### **Ostatní dokumenty:**

65. Analýza managementu cestovního ruchu a vytváření partnerství pro cestovní ruch v regionech České republiky.
66. Manuál pro rozvoj cestovního ruchu v Jihočeském kraji. Pro Jihočeskou centrálu cestovního ruchu zpracovala INCOMA Research, s.r.o., květen 2007.
67. Výroční zpráva Informačního a kulturního střediska města Třeboně 2006.

#### **Periodika:**

68. COT Business
69. KRÁL, M. Schwarzenberská hrobka. Třeboňský svět, 2007, č.2, s.11.
70. Lázeňská pohoda
71. ŽÁKOVÁ, M. Informační a kulturní středisko města Třeboně. Třeboňský svět, 2007, č.7, s.5.



## 13 Seznam grafů, tabulek a obrázků

Graf 1: Pohlaví

Graf 2: Věková struktura

Graf 3: Vzdělání

Graf 4: Vzdálenost odkud přijeli

Graf 5: Dopravní dostupnost

Graf 6: Hlavní účel návštěvy

Graf 7: Pojem „Třeboň“

Graf 8: Frekvence návštěv

Graf 9: Jednodenní pobyt

Graf 10: Počet strávených nocí

Graf 11: Druh ubytování

Graf 12: Znalost turistických produktů

Graf 13: Využívání služeb IKS

Tab. 1: Seřadte dle Vašeho názoru největší atraktivity v Třeboni od 1 do 5

Tab. 2: Využíváte služby Informačního a kulturního střediska?

Tab. 3: Jak jste spokojený/á s následujícími službami cestovního ruchu v Třeboni?

Tab. 4: Označte prosím jakých každoročních událostí byste se zúčastnil/a při Vaší další návštěvě?

Tab. 5: Analýza silných a slabých stránek potenciálu cestovního ruchu v Třeboni

Tab. 6: Závažnost a výkonnost faktorů

Tab. 7: Analýza příležitostí pro potenciál cestovního ruchu v Třeboni

Tab. 8: Faktory příležitostí

Tab. 9: Analýza ohrožení pro potenciál cestovního ruchu v Třeboni

Tab. 10: Faktory ohrožení

Tab. 11: Přehled SWOT – závěrečný výsledek

Obr. 1: Mapa okolí Třeboně do 50 km

## **14 Seznam příloh**

- I. Dotazník pro návštěvníky Třeboně
- II. Fotogalerie
- III. Mapy
- IV. Největší treboňské rybníky
- V. Vybrané naučné stezky
- VI. Statistiky lázeňství v Jihočeském kraji
- VII. Upoutávka na produktové balíčky

## 15 Přílohy

### I. Dotazník pro návštěvníky Třeboně

**1. Pohlaví?**

Muž

Žena

**2. Váš věk?**

Méně než 20 let

21 – 30 let

31 – 40 let

41 – 50 let

51 – 60 let

Více než 60 let

**3. Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?**

Základní

Vyučen/a

Středoškolské

Vyšší odborné

Vysokoškolské

**4. Odkud jste přijel/a?**

Vzdálenost do 20 km

21 – 50 km

51 – 70 km

71 – 100 km

101 – 200 km

Nad 200 km

**5. Jak hodnotíte dostupnost Třeboně dopravními prostředky?**

Velmi dobrá

Docela dobrá

Ani dobrá ani špatná

Docela špatná

Velmi špatná

Nevím

**6. Co je hlavní účel Vaší návštěvy?**

Poznávání památek

Poznávání přírody

Sportovní vyžití

Návštěva akcí

Lázeňský pobyt

Návštěva rodiny/přátel

Jiný: .....

**7. Co se Vám jako první vybaví pod pojmem „Třeboň“?**

.....

- 8. Jak často navštěvujete Třeboň?**  
Jsem tu poprvé  
Zřídka  
Minimálně jednou do roka  
Několikrát za rok
- 9. Je Váš pobyt v Třeboni pouze jednodenní?**  
ANO NE
- 10. Pokud NE, kolik nocí zde strávíte?**  
1  
2 – 4  
5 – 7  
Více než 7
- 11. A který druh ubytovacího zařízení volíte při Vašem pobytu v Třeboni?**  
Hotel  
Penzion  
Ubytování v soukromí  
Rekreační středisko nebo ubytovna  
Chata a chalupa  
Kemp a tábořiště  
Ubytování v rámci lázeňského pobytu  
Ubytování u příbuzných nebo přátel
- 12. Seřad'te dle Vašeho názoru největší atraktivitu v Třeboni od 1 do 5.**  
(1 – největší atraktivita, 5 – nejmenší atraktivita)  
  
Lázně Berta nebo Aurora  
Rybníky Svět, Opatovický či Rožmberk  
Renesanční zámek  
Schwarzenberská hrobka  
Pivovar Regent
- 13. Které z uvedených turistických produktů na Třeboňsku znáte z vlastní zkušenosti?**  
Cyklotrasy, naučné stezky  
Rybolov, výlovy  
Pivovar – součást jihočeské pivní stezky  
Trvalá expozice „Třeboňsko, krajina a lidé“ a návštěvnické centrum na zámku  
Lázeňství
- 14. Využíváte služby IKS (informačního a kulturního střediska)?**  
ANO NE
- 15. Pokud ANO, označte jaké.**  
Informace o městě a okolí  
Zprostředkování ubytování a stravování  
Zajišťování průvodcovských a tlumočnických služeb  
Prodej map, průvodců a dalších propagačních a informačních materiálů  
Předprodej vstupenek na kulturní akce v Třeboni

- 16. Jak jste spokojený/á s následujícími službami cestovního ruchu v Třeboni?**  
 (1 - Velmi spokojený/á, 2 - Spíše spokojený/á, 3 - Ani spokojený/á ani nespokojený/á, 4 - Spíše nespokojený/á, 5 - Velmi nespokojený/á, 6 - Neumím posoudit)

	1	2	3	4	5	6
Ubytování						
Stravování						
Sportovně-rekreační služby						
Společensko-kulturní služby						
Lázeňské služby						
Služby obchodu						

- 17. Označte prosím jakých každoročních kulturních událostí byste se zúčastnil/a při Vaší další návštěvě.**

Velikonoční trh – *duben*

Anifest (festival animovaných filmů) - *květen*

Prázdninový trh - *červenec*

Krčínova Třeboň (historické slavnosti) - *červenec*

Lázeňská Třeboň (lázeňské slavnosti) - *srpen*

Čochtanova Třeboň (vodnické slavnosti) - *srpen*

Rybářské slavnosti (zahájení výlovů) – *srpen*

Vánoční trhy (nakupování dárků) – *prosinec*

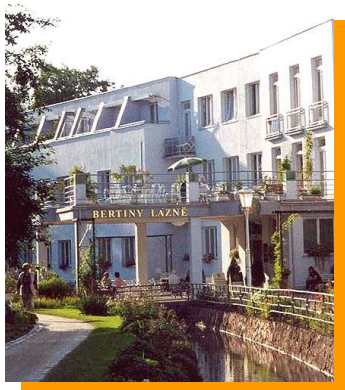
Žádných událostí

- 18. Na závěr můžete uvést Vaše připomínky - přednosti a výhody města Třeboň nebo jeho problémy a nedostatky.**

.....

## II. Fotogalerie

Bertiny lázně



Zdroj: [www.berta.cz](http://www.berta.cz)

Pivovar Regent



Zdroj: foto M. Tichá

Vodárenská věž



Zdroj: foto M. Tichá

Renesanční zámek

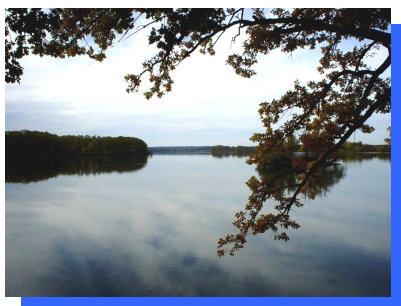


Zdroj: brožura Třeboň: město a zámek, příroda na Třeboňsku

Schwarzenberská hrobka



Rybník Svět



Zdroj: foto M. Tichá

Opatovický rybník



Zdroj: foto M. Tichá

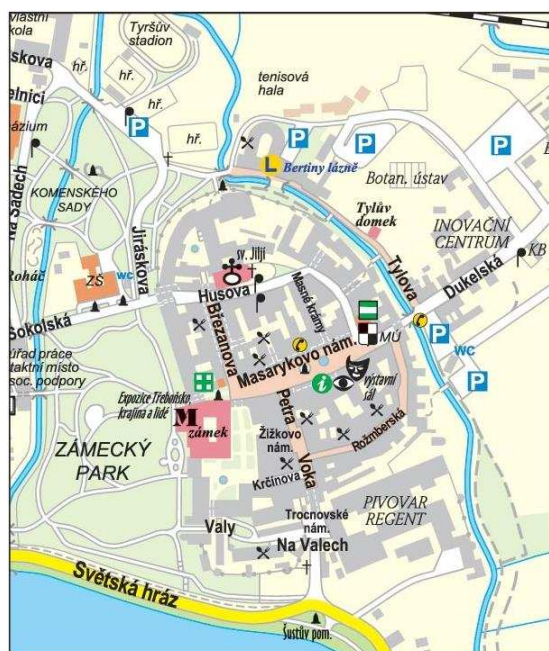
### III. Mapy

#### Geografická mapa Jihočeského kraje



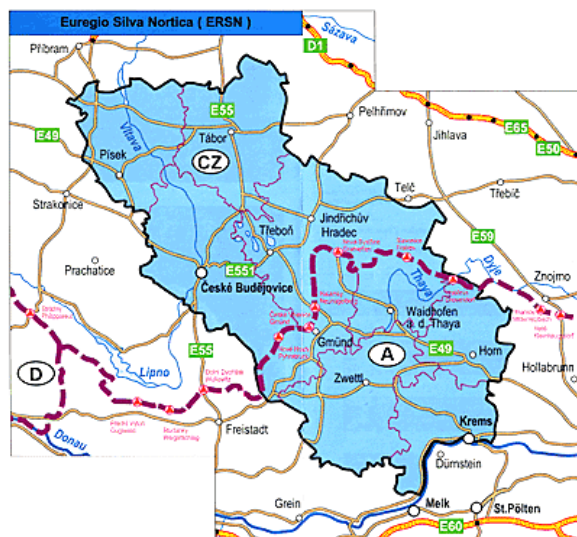
Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

#### Mapa centra Třeboně



Zdroj: [www.trebonsko.cz](http://www.trebonsko.cz)

#### Euroregion Silva Nortica



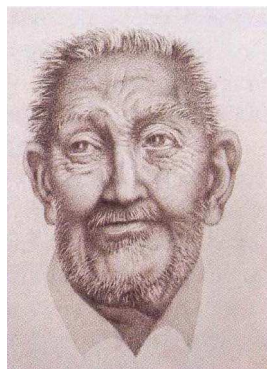
Zdroj: [www.mas-trebonsko.cz](http://www.mas-trebonsko.cz)

## IV. Největší třeboňské rybníky

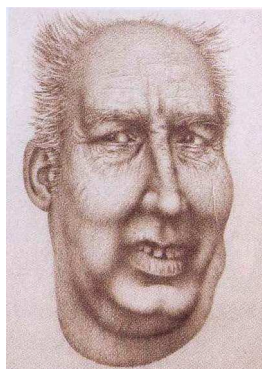
Jméno	Plocha v ha katastrální	vodní	Obec	Stavitel
Rožmberk	721	489	Stará Hlína	Jakub Krčín
Horusický	439	415	Horusice	Štěpánek Netolický
Dvořiště	395	337	Dolní Slověnice	Štěpánek Netolický
Velký Tisý	368	342	Lomnice nad Lužnicí	Štěpánek Netolický
Staňkovský	349	329	Staňkov	Mikuláš Rutard
Záblatský	338	305	Záblatí	Štěpánek Netolický
Svět	215	201	Třeboň	Jakub Krčín
Koclířov	203	192	Smržov	Štěpánek Netolický
Bošilecký	201	190	Bošilec	Štěpánek Netolický
Opatovický	166	160	Domanín	Jakub Krčín
Kaňov	161	156	Přeseka	Štěpánek Netolický
Ponědražský	142	139	Ponědraž	Štěpánek Netolický
Spolský	137	124	Libín	Jakub Krčín
Vlkovický	105	91	Vlkovice	Jakub Krčín
Staré Jezero	98	85	Lutová	Mikuláš Rutard
Ženich	85	78	Holičky	Mikuláš Rutard
Nový Vdovec	85	75	Holičky	Mikuláš Rutard
Krčín	84	77	Mazelov	Štěpánek Netolický
Ruda	84	72	Kojákovice	Jakub Krčín
Švarcenberk	82	63	Ponědražka	Štěpánek Netolický
Hejtman	80	80	Chlum u Třeboně	Mikuláš Rutard
Potěšil	77	75	Klec	Jakub Krčín
Naděje	72	68	Klec	Jakub Krčín
Klec (Flughaus)	69	64	Klec	Jakub Krčín
Starý Hospodář	67	66	Lutová	Mikuláš Rutard
Podřezaný	67	63	Lipnice	Mikuláš Rutard
Velká Černá	63	55	Mirochov	Mikuláš Rutard
Výskok	62	57	Slavošovice	Jakub Krčín

Autor: M. Tichá, zdroj: Průvodce po rybnících, památkách a hospůdkách Třeboňska

Štěpánek Netolický



Mikuláš Rutard



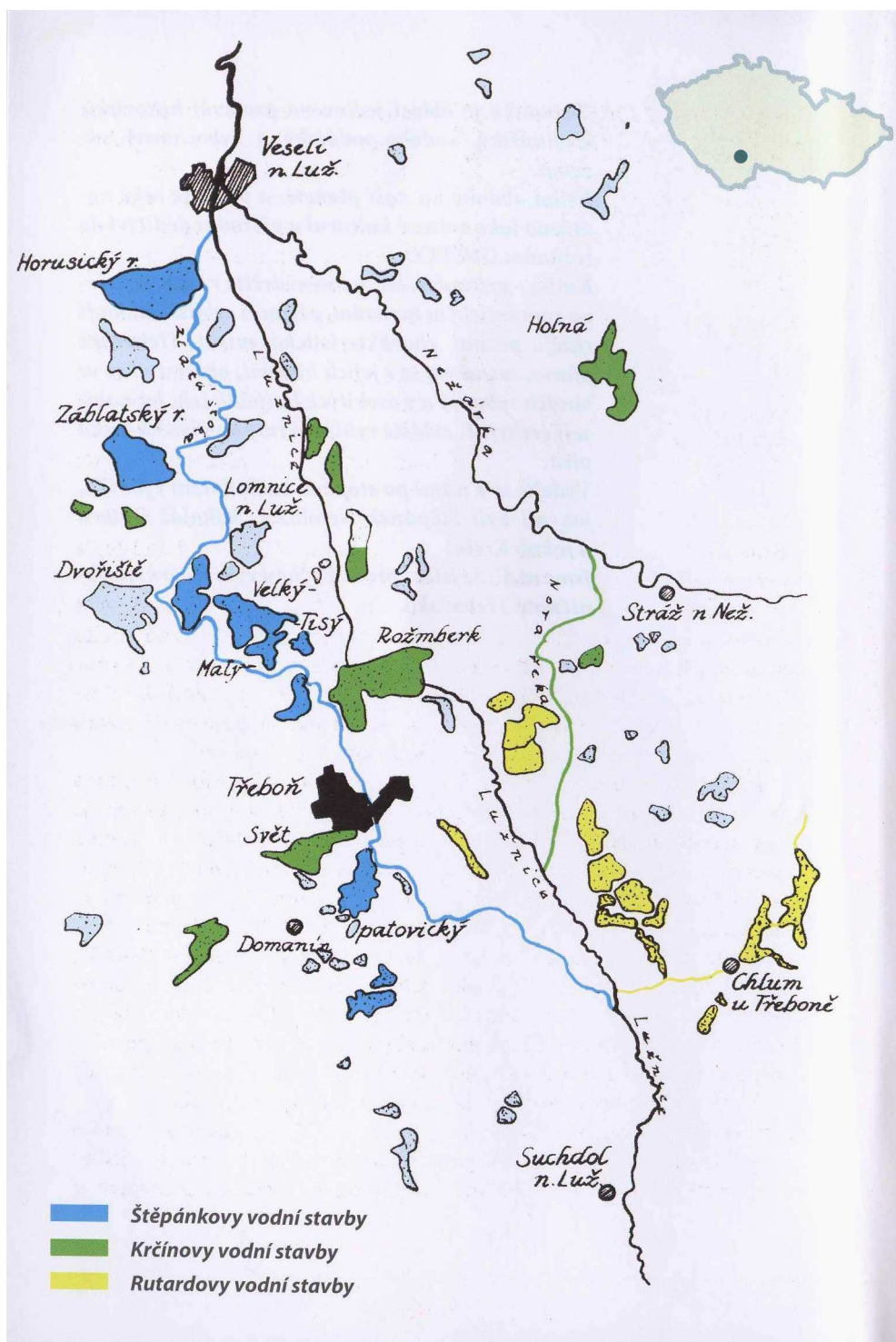
Jakub Krčín



Zdroj: Průvodce po rybnících, památkách a hospůdkách Třeboňska



## Vybrané třeboňské rybníky



Zdroj: Průvodce po rybnících, památkách a hospůdkách Třeboňska

## **V. Vybrané naučné stezky**

### **Cyklistická naučná stezka Okolo Třeboně – 39 km, 22 zastávek**

Stezka vytváří okruh v lesnaté a rybníčnaté krajině východně od Třeboně. Začíná na hrázi rybníka Svět a pokračuje po hrázi rybníka Opatovického. Dále vede trasa k rašeliništi Spálená borkovna, kde se těží rašelina pro potřebu lázní. Odtud směřuje lesní cestou k myslivně Barbora, aby posléze přetnula Zlatou stoku a zamířila k hrázi mezi rybníky Nový a Starý Kanclíř a dále k obci Lutová (zde protíná spojku s dálkovou cyklotrasou Praha – Vídeň), Stříbřec a Stará Hlína. Cestou protíná tok Nové řeky, k níž jezdívala rybařit Ema Destinová a míjí rybníky Vyšehrad a Starý a Nový Vdovec. Po hrázi rybníka Vítek míří k největšímu rybníku Rožmberku a kolem Nové Hlíny se vrací směrem k Třeboni.

### **Naučná stezka Okolo Světa – 12 km, 16 zastávek, pro pěší**

Tato naučná stezka tvoří uzavřený okruh kolem rybníku Svět (na jihozápadním okraji města Třeboně). Poskytuje stezka základní informace o vývoji současné krajiny Třeboňska jako výsledku dlouholetého, vzájemně prospěšného soužití člověka s okolní přírodou, o historii a současnosti rybníkářství a lázeňství, o lidové architektuře, o významných společenstvech organismů a charakteristických družících rostlin a základních ekologických vztazích v přírodě. Větší část trasy vede po polních a lesních pěšinách. K vybavení patří i odpočinková místa s lavičkami, mnohé s výhledy do okolní krajiny. V parku na jižní straně rybníka Svět je možno navštívit Schwarzenberskou hrobku.

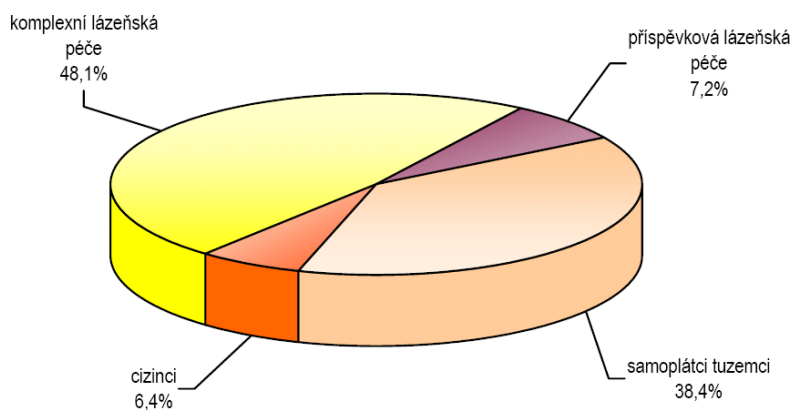
### **Naučná stezka Rožmberk – 22 km, 12 zastávek, pro pěší i cyklisty**

Tato stezka začíná a končí v Třeboni, jejím tématem je rybníkářství a je proto logické, že vede kolem největšího českého rybníka – Rožmberka (současná rozloha vodní plochy je cca 420 ha). Nejbližší úsek hráze rybníka Rožmberk leží přibližně 4 km od Třeboně. Rožmberk je ve skutečnosti přehradou na řece Lužnici, jejíž vody jsou zadržovány mohutnou dvoustupňovou hrází. Hráz je nejen impozantním technickým dílem, ale i zajímavou přírodovědeckou lokalitou. Je porostlá mohutnými staletými duby, v jejichž dutinách hnízdí řada druhů ptáků. V zimě bývá Rožmberk jedním z center výskytu orlů mořských. Na hladině rybníka můžete spatřit velké množství vodních ptáků – zejména v době podzimního vypouštění se zde zdržují tisíce kachen, hus, bahňáků, volavek a dalších ptáků.

## VI. Statistiky lázeňství v Jihočeském kraji

### Skladba lázeňských pacientů podle způsobu úhrady v roce 2006

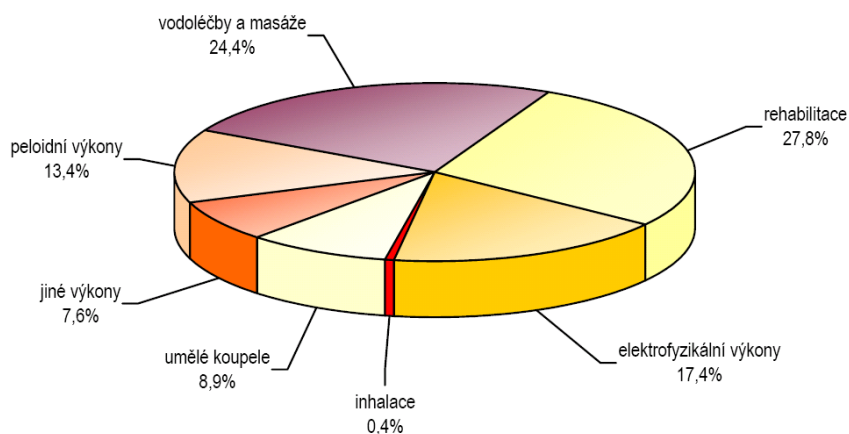
(celkem 26 073 pacientů)



Zdroj: Lázeňská péče v Jihočeském kraji v roce 2006

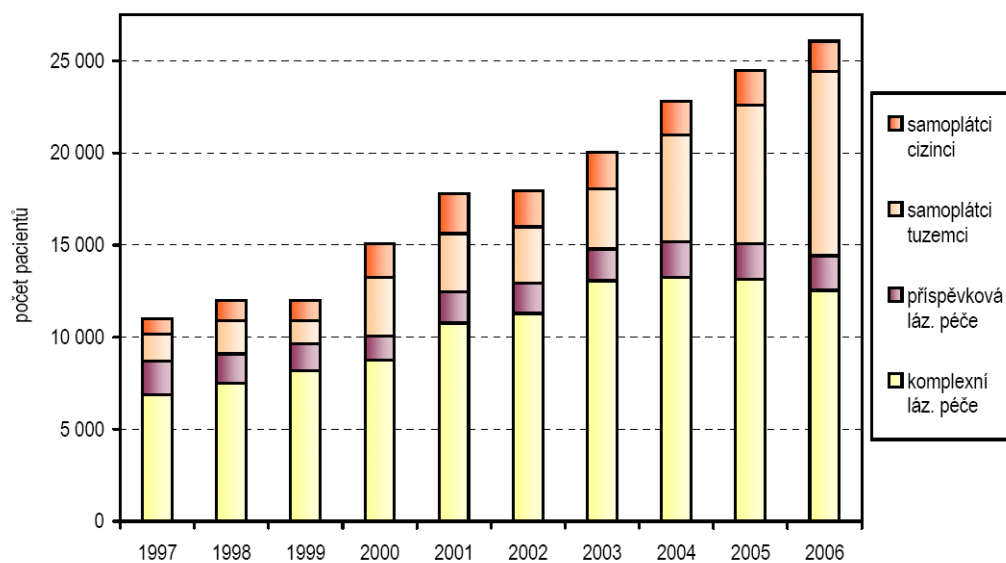
### Skladba léčebných výkonů poskytnutých lázeňským pacientům v roce 2006

(celkem 1 268 123 výkonů)



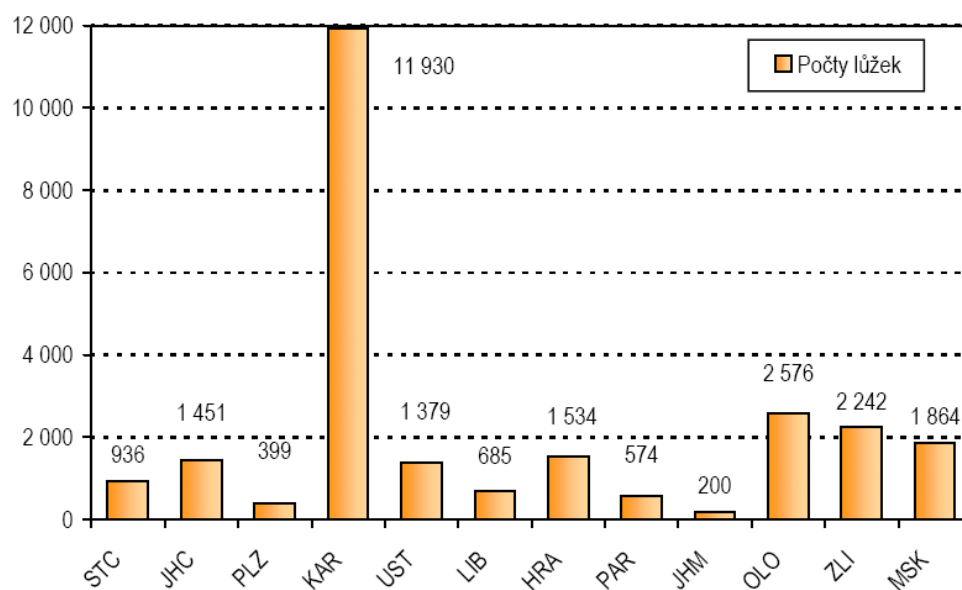
Zdroj: Lázeňská péče v Jihočeském kraji v roce 2006

### Vývoj počtu lázeňských pacientů



Zdroj: Lázeňská péče v Jihočeském kraji v roce 2006

### Lůžková kapacita lázeňských zařízení v České republice v roce 2006



Zdroj: Lázeňská péče v ČR 2006

## VII. Upoutávka na produktové balíčky

### PRODUKTOVÉ BALÍČKY MĚSTA TŘEBOŇ



- ❑ Tematický balíček: „Advent na ledě“



**Popis balíčku:** Bruslařská dráha na rybníku Svět, karneval na ledě, adventní prohlídka zámku, vánoční trhy na náměstí, vánoční kulturní program, ubytování v penzionu Pohádka.

**Segment:** Rodiny s dětmi.

**Délka pobytu:** Prodloužený víkend: čtvrtek – neděle (3 noci).

**Cena:** 3.890 Kč/dospělá osoba, 3.090 Kč/dítě do 15 let.



- ❑ Balíček příležitosti: „Bertiny líbánky“



**Popis balíčku:** Líbánky v Bertiných lázních, ubytování v hotelu Zlatá Hvězda.

**Segment:** Novomanželé.

**Délka pobytu:** Pondělí – pátek (4 noci).

**Cena:** 14.990 Kč pro manželský pár.



- ❑ Balíček pro návštěvníky se speciálními zájmy: „Krčínův balíček“



**Popis balíčku:** Sportovně orientovaný prodloužený víkend v kraji rybníků, možnost rybaření, exkurze, společenské akce, relaxace.

**Segment:** Muži – rybáři, sportovci.

**Délka pobytu:** Prodloužený víkend: čtvrtek – neděle (3 noci).

**Cena:** 2.490 Kč.

