



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra aplikované matematiky a informatiky

Bakalářská práce

Analýza současných stravovacích zařízení na Třeboňsku

Vypracovala: Kamila Grenarová
Vedoucí práce: Mgr. Klára Vocetková

České Budějovice 2020

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Kamila GREJAROVÁ
Osobní číslo: E17245
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku
Téma práce: Analýza současných stravovacích zařízení na Třeboňsku
Zadávací katedra: Katedra aplikované matematiky a informatiky

Zásady pro vypracování

Cílem práce je analyzovat současný stav stravovacích zařízení na Třeboňsku. Teoretická část práce bude věnována klasifikaci stravovacích zařízení České republiky. V praktické části práce studentka provede sběr dat stravovacích zařízení na Třeboňsku, jejich kategorizaci a vytvoří Story Mapu v prostředí ArcGIS Online. V závěru práce provede studentka analýzu výsledků z pohledu vnějšího, regionálního prostředí a navrhne možná regionální doporučení pro podnikatelskou sféru.

Metodický postup:

1. Studium potřebné literatury a programu ArcGIS.
2. Analýza stravovacích zařízení na Třeboňsku.
3. Sběr dat.
4. Tvorba Story Mapy v ArcGIS Online.
5. Analýza výsledků z pohledu vnějšího, regionálního prostředí.
6. Závěry a doporučení pro podnikatelskou sféru.

Rozsah pracovní zprávy: 40 – 50 stran
Rozsah grafických prací: dle potřeby
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam doporučené literatury:

1. Břehovský, M., & Jedlička, K. (2005). *Úvod do geografických informačních systémů*. Plzeň: ZČU.
2. Grasseová, M. (2010). *Analýza o rukou manažera: 33 nejpoužívanějších metod strategického řízení*. Brno: Computer Press.
3. Johnson, S. (2015). *Strategic planning that actually works: a step-by-step guide to get it done faster, cheaper, and better than ever*. Great Britain: Teknia Publishing.
4. Ormsby, T., Napoleon, E., Burke, R., Growssl, C., & Feaster, L. (2004). *Getting to know ArcGIS desktop: Basics of ArcView, ArcEditor, and ArcInfo*. Redlands: ESRI Press.
5. Smutný, J. (2007). *Geografické informační systémy*. Brno: FAST VUT.
6. Tichá, I., & Hron, J. (2002). *Strategické řízení*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze.

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Klára Vocetková
Katedra aplikované matematiky a informatiky

Datum zadání bakalářské práce: 15. ledna 2019
Termín odevzdání bakalářské práce: 14. dubna 2020

V Českých Budějovicích dne 27. března 2019


doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 19,
370 05 České Budějovice


doc. RNDr. Jana Kličnarová, Ph.D.
vedoucí katedry

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích 28.4.2020

.....

Kamila Grenarová

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Kláře Vocetkové za odborné vedení, pomoc, rady a spolupráci při zpracování práce. Dále bych chtěla poděkovat rodině a přáteli, kteří mi byli oporou při vypracovávání mé práce.

Obsah

1.	Úvod a cíl.....	3
2.	Literární rešerše	5
2.1	Služby.....	5
2.1.1	Vlastnosti služeb	5
2.1.2	Klasifikace služeb	6
2.1.3	Služby cestovního ruchu	7
2.2	Stravovací služby	9
2.2.1	Definice stravovacího zařízení.....	9
2.2.2	Stravovací služby a marketingový mix.....	10
2.2.3	Konkurence ve stravovacích službách	11
2.2.4	Klasifikace stravovacích služeb	12
2.2.5	Organizace sdružující stravovací zařízení	14
2.3	Marketing služeb	15
2.3.1	Marketingové řízení	15
2.3.2	Marketingové prostředí.....	16
2.3.3	Destinace.....	17
2.3.4	Strategický marketing destinace	17
2.3.5	SWOT analýza.....	19
2.4	Cestovní ruch	20
2.4.1	Definice cestovního ruchu	20
2.4.2	Typologie a systém cestovního ruchu.....	21
3.	Metodika	22
4.	Vlastní práce	24
4.1.	Třeboňsko.....	24
4.1.1	Historie Třeboňska.....	25
4.1.2	Vymezení zkoumané oblasti Třeboňska	26
4.2	Kritéria analýzy	28
4.2.1	Kategorizace současných stravovacích zařízení na Třeboňsku	29
4.2.2	Dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras na Třeboňsku	34
4.2.3	Webová prezentace jednotlivých stravovacích zařízení na Třeboňsku	38
4.2.4	Nabídka rybích pokrmů ve stravovacích zařízení na Třeboňsku.....	42

4.2.5	Dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení na Třeboňsku.....	44
4.3	SWOT analýza stravovacích zařízení na Třeboňsku	47
4.3.1	Silné stránky	47
4.3.2	Slabé stránky	48
4.3.3	Příležitosti	49
4.3.4	Ohrožení.....	49
4.3.5	Fullerův trojúhelník	50
4.3.6	Výsledky SWOT analýzy	53
4.3.7	Zhodnocení a doporučení pro podnikatelskou sféru.....	55
5.	Závěr	58
I.	Summary.....	60
II.	Seznam použitých zdrojů.....	61

1. Úvod a cíl

V dnešní době je důležitou součástí cestovního ruchu v České republice nabídka služeb, a proto se v turistických destinacích poukazuje na jejich kvalitu. Mezi tyto služby se řadí zejména ubytovací a stravovací služby, protože jsou pro turisty těmi nejzásadnějšími.

Tato bakalářská práce je věnována analýze současných stravovacích služeb na Třeboňsku. Právě oblast Třeboňska v Jižních Čechách patří mezi jedny z nejvytíženějších destinací cestovního ruchu u nás. Letní měsíce zde obývají turisté, jak čeští, tak i zahraniční, kteří chtějí strávit svůj volný čas pobytem v přírodě, ale přitom v historickém městě s kulturním programem. Třeboňsko se dále může pyšnit téměř pěti stovkami rybníků, které se nacházejí podél řeky Lužnice. Mezi výše uvedené nabízené služby patří stravování. Právě stravovací služby jsou v této oblasti významným kritériem pro hodnotně strávený čas. Na Třeboňsku se nachází různé typy stravovacích zařízení, od tradičních českých hospod, přes kvalitní restaurace, večerní bary a vinárny, až k cukrárnám.

Bakalářská práce zahrnuje teoretickou část, která obsahuje informace týkající se dané problematiky. Popisuje všechny potřebné hlavní pojmy k danému tématu. Teoretická část začíná popisem služeb, jejich vlastnostmi a klasifikací. Další kapitola se zabývá stravovacími službami, jejich charakteristikou, a především kategorizací podle odborné literatury. Teoretická část je zakončena marketingem služeb, marketingovým řízením a prostředím, cestovním ruchem a metodou strategického řízení – SWOT analýzou.

Praktická část je věnována analýze současných stravovacích zařízení na Třeboňsku. Pomocí internetového portálu Mapy.cz bylo možné posbírat potřebná data k vyhodnocení. Z nich se dále prováděla jejich kategorizace a u každého stravovacího zařízení byla určena kritéria pro následné hodnocení z pohledu vnějšího prostředí. Těmi byla dostupnost stravovacích zařízení v dojezdové blízkosti od cyklotras, dostupnost bankomatů, existence webových stránek a nabídka rybích pokrmů v jednotlivých zařízeních. Pro konečné vyhodnocení byla použita SWOT analýza.

V závěru práce bylo provedeno zhodnocení analýzy, interpretace výsledků a byla vyjádřena možná doporučení pro podnikatelskou sféru.

2. Literární rešerše

2.1 Služby

Službou se rozumí jakákoliv činnost, která je nehmotná. Jedná se o činnost, kterou jedna strana poskytuje straně druhé, a výsledkem není vlastnictví. Služba může, ale také nemusí být spojená s hmotným produktem (Kotler & Armstrong, 2004).

V sektoru služeb je nespočet různých činností a tento sektor je velmi rozsáhlý. V tomto sektoru se vyskytují různé typy organizací, jak jednotlivci, malé firmy tak i nadnárodní organizace (Vašítková, 2008).

Význam služeb pro fungování a celkový rozvoj ekonomiky je evidentní. Výrazný nárůst významu služeb je jedním z typických rysů rozvoje tržních ekonomik. Mezi nejdůležitější faktory tohoto nárůstu patří:

- sociální – růst volného času či vysoká zaměstnanost žen se projevuje ve zvyšující se nabídce služeb pro domácnosti
- demografické – stárnutí populace, které se projevuje například ve zvýraznění významu zdravotní péče
- kulturní – tento faktor vede k rozvoji služeb orientovaných na rozvoj fyzického a kulturního rozhledu
- ekonomické – roste kupní síla obyvatel a životní úroveň, která způsobuje poptávku po službách pro konečné spotřebitele
- technické
- politické atd.

(Zamazalová, 2010)

2.1.1 Vlastnosti služeb

V tradičním pojetí jde o čtyři charakteristické znaky, od nichž lze odvozovat důležité poznatky pro řízení služeb a uplatnění marketingu. Mezi tyto charakteristické znaky služeb můžeme zařadit:

- nehmotnost
- nestálost

- neoddělitelnost
- neskladovatelnost.

Nehmotnost služeb

Služby nelze vnímat žádným ze smyslů – tzn. nelze je vidět, ohmatat, ucítit, uslyšet ani okusit. Problémem se zde stává obtížnější získávání zákazníků pro nákup těchto služeb. Zákazníci o některé služby nejeví zájem, protože o nich neví. Proto je zde důležitá snaha o zviditelnění služeb, například formou lákavých katalogů.

Nestálost služeb

Služby jsou závislé na lidském faktoru, kde jsou rozhodující kontaktní pracovníci. Jednou z lidských vlastností je úsilí přizpůsobovat své chování vnějšímu prostředí. Zákazníci jsou zde přímými účastníky při poskytování služeb a svým chováním mohou tento proces ovlivnit.

Neoddělitelnost služeb

Neoddělitelnost služeb spočívá v nemožnosti oddělení místa „výroby“ od místa spotřeby. Pro služby je typické, že jsou spotřebovávány na stejném místě a ve stejném čase, kde jsou také poskytovány. Pracovníci, kteří se účastní poskytování služeb, jsou součástí hodnoty, kterou zákazníci od služby očekávají.

Neskladovatelnost služeb

Služby nelze skladovat pomocí zásob, proto je zde mimořádně významná schopnost odhadu poptávky v čase. Poptávku lze do jisté míry ovlivnit rozdílnými cenami. Dále je důležité citlivé vnímání času při poskytování služeb – rychlost poskytnutí služby, dostupnost služby, či doba čekání.

Mezi další charakteristický znak služeb patří neexistence vlastnických vztahů zákazníka. Ten vlastní pouze právo na poskytnutí služby a tím dochází ke změně vlastnictví (Zamazalová, 2010).

2.1.2 Klasifikace služeb

Rozdělení do kategorií umožňuje posoudit charakter jednotlivých služeb. Klasifikačních schémat pro rozdělení služeb je nepřehledné množství. Jako základní schéma považuje Zamazalová (2010) rozdělení produktů v závislosti na obsahu v nich

obsažené „hmotné složky“. Na jedné straně osy se nacházejí převážně hmotné výrobky, na té druhé převážně služby.

Vašítková (2008) třídí služby podle odvětvové příslušnosti. Například dopravní, ubytovací, finanční, bankovní, zdravotnické, vzdělávací, kulturní a sociální služby. Další kategorizace rozlišuje služby na tržní a netržní nebo na služby pro spotřebitele a služby pro organizace. Podle charakteru spotřeby se služby dělí na osobní a věcné. Z hlediska ekvivalentnosti výměny na služby placené a neplacené. Další dělení je podle způsobu zabezpečení na služby vlastní a služby zprostředkovatelské neboli obstarávané.

Jakubíková (2009) popisuje klasifikaci podle Foota a Hattema, kteří služby rozčlenili na služby terciální, kvartární a kvintární. Za služby terciální považují ty, jež byly dříve vykonávané doma, například prádelny, kosmetické služby, holičství a kadeřnictví nebo úpravy oděvů. Služby kvartární usnadňují a zefektivňují rozdělení práce a mezi tyto služby patří například obchod, doprava, finance, správa či komunikace. Poslední, kvintární služby, jsou služby, které mění a zdokonalují jejich příjemce. Zde hovoříme o zdravotní péči, vzdělávání, rekreaci aj.

Jakubíková (2009) klasifikuje služby podle různých hledisek. Za tyto hlediska považuje segmentaci trhu, stupně hmotnosti, poskytovatele, cíle, stupeň regulace, stupeň účasti zákazníka nebo podílu lidské práce.

2.1.3 Služby cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu prezentují určité činnosti, které mají nehmotný charakter. Výsledkem těchto činností je individuální, nebo společensky prospěšný efekt. Individuální efekt je většinou součástí cíle podílu na cestovním ruchu. Například se jedná o rekreační, sociální nebo zdravotní charakter. Naopak společenský efekt umožňuje dosažení individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty, zeleně atd.)

Struktura služeb je odlišná a uspokojuje dvě skupiny potřeb. Jedná se o primární neboli cílové potřeby – potřeba odpočinku, poznávání kulturních a historických pozoruhodností, sportovního vyžití atd. Potřeby sekundární neboli realizační podmiňují uspokojení cílových potřeb. Zde se jedná například o potřebu přepravy, výživy, přenocování nebo potřebu hygieny. Význam služeb cestovního ruchu během pobytu

mimo místo trvalého bydliště je na vysoké úrovni, protože kromě každodenních potřeb, jako je výživa nebo bydlení, účastník chce, eventuálně musí uspokojovat i jiné potřeby, které jsou vyvolané odpočinkovými činnostmi – plavání, lyžování atd (Orieška, 1999).

Jakubíková (2009) popisuje poskytované služby v cestovním ruchu jako velmi nesourodé a komplexní. Služby jsou totiž poskytovány jak v místě poptávky, tak i v určitém centru cestovního ruchu (rekreačním prostoru). Služby cestovního ruchu rozděluje z více hledisek. Jedním z nich je význam ve spotřebě účastníků cestovního ruchu. Zde rozděluje služby na základní a služby doplňkové. Dále klasifikuje služby podle jejich charakteru na služby osobní a služby věcné, podle způsobu úhrady, místa, způsobu zabezpečení či podle funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků cestovního ruchu.

Orieška (1999) popisuje členění služeb cestovního ruchu podle funkčního hlediska na:

- dopravní služby – přeprava účastníků mezi místem trvalého bydliště a cílovým místem cestovního ruchu; součástí jsou i služby, které s dopravou souvisí a jsou podmínkou cestovního a předpokladem realizace cílů
- ubytovací služby – přenocování nebo dočasné ubytování účastníků cestovního ruchu; značný předpoklad k počátku dlouhodobého cestovního ruchu
- stravovací služby – poskytují uspokojení základních potřeb účastníka
- zprostředkovatelské služby – organizování činností umožňující účast na cestovním ruchu
- lázeňské služby – soubor činností, které bezprostředně souvisí s lázeňskou léčbou a pobytem v lázních
- sportovně-rekreační služby – služby volného času, aktivní využití sportovišť
- společensko-kulturní služby – uspokojují sociální a kulturní potřeby
- průvodcovské služby
- kongresové služby
- služby obchodu
- horské služby atd.

2.2 Stravovací služby

Stejně jako ubytovací služby, tak i stravovací služby patří k nejstarším druhům podnikání provozovaných již v dávných hostincích a klášterech, kde se v průběhu času začaly k ubytování podávat jednoduché pokrmy. Stravovací služby patří mezi největší podniková odvětví. Pro turisty je poznávání nových stravovacích trendů oblíbenou zábavou a stravovací průmysl by bez cestovního trhu čelil obtížím (Goeldner & Brent Richie, 2009).

Horner a Swarbrooke (1996) používají Collinovu definici podstatného slova „hospitality“, která se dá přeložit jako „dobrá péče o hosty“. Tento výraz je využíván v Evropě, kde nahrazuje frázi „ubytování a stravování“. Collin dále vystihuje ubytovací a stravovací průmysl v souhrnném pojmu „všechny společnosti zúčastněné v poskytování služeb hostům“. Mezi tyto společnosti řadí hotely, hospody, restaurace a další podobné provozovny. Hlavní činností stravování je příprava jídel, která zákazníci konzumují v zařízení provozovatele stravovacích služeb nebo doma u zákazníků. Produkt se skládá z hmotných prvků, jimiž jsou jídla a nápoje, a také z nehmotné složky, kam patří poskytované služby

Orieška (1999) tvrdí, že nabídku stravovacího zařízení tvoří míra a sortiment výrobků a služeb, které jsou hlavně určeny k uspokojování poptávky. Ta závisí na příjmu zákazníků, cenách pokrmů a na výši poskytovaných služeb. Na nabídku zboží a služeb působí charakter stravovacího zařízení, sezóna, výrobní a odbytová kapacita, zásobovací situace, nabídka konkurence, požadavky zákazníků a podobně. Určitým projevem nabídky zařízení je považován jídelní a nápojový lístek, který pokládán za ceník prodávaných pokrmů a nápojů. Dále ho Orieška (1999) vnímá jako propagační prostředek sloužící k ovlivňování spotřebitelské poptávky.

2.2.1 Definice stravovacího zařízení

Stravovací zařízení představuje prostor v objektech, v nichž se připravují pokrmy a nápoje. Uskutečňuje se zde prodej těchto jídel a nápojů a jsou v nich poskytovány služby s tím související.

Stravovací zařízení se podle funkce a vztahu k uspokojování potřeb hostů člení na:

- převážně stravovací zařízení (restaurace, motorest atd.)
- zařízení s funkcí doplňkového stravování (denní bar, bistro atd.)
- zařízení se společensko-zábavní funkcí (kavárna, vinárna, noční bar atd.)

Stravovací zařízení mohou být dále stabilní (stacionární) a pohyblivá (ambulantní). Stabilní zařízení mají své stálé místo, naopak ambulantní stravovací zařízení nahrazují nebo doplňují stabilní síť tak, aby byla schopná pružně reagovat na sezónní poptávku. Zde se jedná například o letní kiosky, pojízdnou prodejnu či pochůzkový prodej ve vlaku, na pláži nebo na koupališti. Eventuálně se stravovací zařízení dělí z hlediska využití na celoroční a sezónní (Orieška, 2010).

2.2.2 Stravovací služby a marketingový mix

Marketingový mix lze charakterizovat jako soubor marketingových nástrojů, které jsou využívány k dosažení marketingových cílů na cílovém trhu (Kotler & Armstrong, 2001)

Podoba marketingového mixu je formována čtyřmi jednotlivými prvky, které jsou označovány tzv. 4P: Product (produkt), Price (cena), Place (místo) a Promotion (propagace) (Jakubíková, 2009).

Produkt

Charakter produktu je závislý na typu stravovací služby, ale je ovlivňován i mnoha dalšími prvky. Mezi ně se řadí například profesionální zdatnost osob, kteří s jídlem zacházejí, kvalitu obsluhy a znalost produktů a dále výzdobu, pohodlí a atmosféru stravovacího zařízení, otevírací dobu, sortiment nabídky a možnosti kombinace jejích položek, různé způsoby placení nebo pověst obchodní značky stravovacího zařízení. U speciálních forem stravování se přihlíží také k rychlosti dovozu k zákazníkovi domů nebo smluvní stravovací služby poskytované buď v zařízeních zákazníka, nebo v jiných zařízeních, která nevlastní poskytovatel stravovací služby.

Cena

Ceny se ve stravovacím odvětví běžně formují metodou součtu nákladů a ziskové ceny. Pro podnícení zájmu zákazníků poskytovatelé stravovacích zařízení používají slevy. Ty se objevují například i u skupinových zakázek nebo v hodinách nižší poptávky.

Místo

Místo neboli distribuce je u stravovacích zařízeních poměrně jednoduchá. Zákazník může stravovací zařízení navštívit v době, kdy je otevřené a je zde volné místo. V případě časté plné kapacity zařízení je dobré zařídit si předem rezervaci, kterou většina zařízení umožňuje.

Propagace

Mezi hlavní metody propagace patří ústní doporučení nebo venkovní vývěsky stravovacího zařízení. Dále mají stravovací provozovny možnost rozšířit své reklamní sdělení do tisku, rádií, televizí nebo na internet. (Horner & Swarbrooke, 2003)

2.2.3 Konkurence ve stravovacích službách

Konkurence ve stravovacích službách existuje v řadě forem. Mezi ně patří:

- konkurence v rámci jednotlivých sektorů
- konkurence mezi všemi typy stravovacích zařízení v určité geografické destinaci
- konkurence mezi významnými řetězci stravovacích služeb
- konkurence mezi nezávislými restauracemi a řetězci
- konkurence mezi národními kuchyněmi
- konkurence mezi stravovacími zařízeními a maloobchodními prodejny potravin nabízející hotová jídla (Horner & Swarbrooke, 2003)

2.2.4 Klasifikace stravovacích služeb

Orieška (2010) rozděluje stravovací zařízení podle druhu do kategorií, které respektují charakter jejich činnosti. Hostinská zařízení restauračního typu se rozdělují na restaurace a bary:

- **Restaurace**

Pro restaurace je dominantní prodej pokrmů a nápojů. Jedná se především o tyto druhy provozoven: restaurace, samoobslužné restaurace – jídelny, rychlá občerstvení, motoresty, bufety, bistra a kiosky.

Restaurace je definována jako hostinské zařízení, které zajišťuje obslužným způsobem stravovací služby s širokým sortimentem základního stravování.

Pohostinství je obměněný typ restaurace zabezpečující základní i doplňkové stravování.

Motorest je restaurace, u které je velká kapacita pro parkování motorových vozidel. Motoresty bývají postaveny u silnic a dálnic.

Bufet nabízí své služby samoobslužným způsobem. Tento typ hostinského zařízení se může specializovat podle hlavního předmětu prodeje.

Bistro je popisováno jako typ bufetu, které své pokrmy nabízí v nevratných obalech. Podobně to platí také u takzvaných **fast food** zařízení.

Kiosek je zařízení, které nabízí své služby pouze příležitostně, například sezónně. V tomto případě může nastat situace, kdy kiosek nemá vlastní odbytovou plochu. Jedná například o pochůzkové prodejny nebo prodejní okna.

- **Bary**

Bary se vyznačují prodejem pokrmů a nápojů, ale zde se na rozdíl od restaurací nabízí i možnost společenské zábavy. V těchto zařízeních je možné prodávat výrobky studené kuchyně, cukrářské výrobky nebo teplé pokrmy (zejména minutky). Mezi tyto zařízení patří denní bary, lobby bary, noční bary a kluby, vinárny, kavárny, espressa, hostince a pivnice.

Denní bary disponují barovým pultem, který také poskytuje obslužným způsobem občerstvení. Denní bary mají několik specializací, může se jednat například o gril bar, snack bar nebo aperitiv bar. Záleží na nabízeném zboží.

Lobby bary se nacházejí v hotelech a jejich hlavní nabídkou jsou především teplé a studené nápoje.

Noční bar a noční klub se řadí do zábavných zařízení, kde je hlavním prvkem barový pult a taneční parket. Mezi hlavní nabídku nočních barů a klubů patří především nápoje, ale také studené a teplé pokrmy.

Kavárna poskytuje převážně služby společenského a zábavného charakteru. Nabízí převážně vybraný sortiment teplých a studených nápojů, cukrářských výrobků a teplých i studených pokrmů. Interiér kaváren je přizpůsobený delšímu pobytu zákazníků, proto se často jedná o přizpůsobené posezení (například křesla, pohovky), které vyvolává útulný dojem.

Vinárna nabízí svým zákazníkům vybraný sortiment teplých a studených předkrmů a minulek a zejména široký výběr značek vína a piva.

Espresso poskytuje prodej teplých nápojů, především kávy, která je připravována speciálními přístroji. I zde se podávají cukrářské výrobky, popřípadě studené pokrmy.

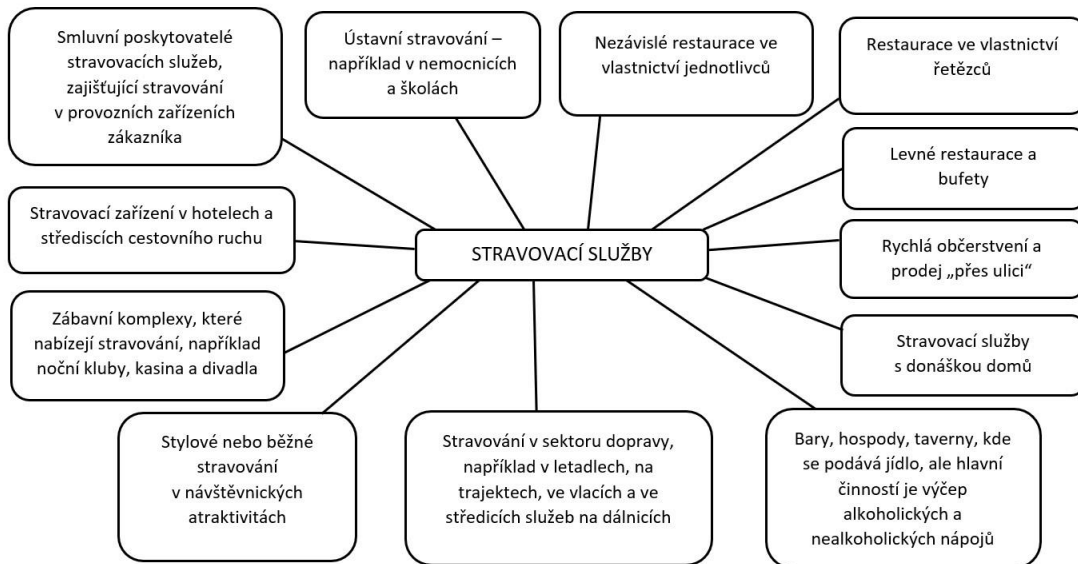
Hostinec je zaměřený na prodej piva a jídel pro každodenní konzumaci.

Pivnice svoji nabídku specializuje na prodej různých druhů piva a jídel, které jsou vhodné k jeho konzumaci.

Většina stravovacích zařízení náleží do soukromého sektoru. Zde jsou nejdůležitějšími marketingovými cíli maximalizace zisku a podílu na trhu. Existují ale také sociálně orientované služby státního sektoru, kam přísluší stravovací zařízení ve školách nebo v nemocnicích. Nejpočetnější podíl stravovacích zařízení prezentují malé

provozní jednotky. Zbytek je součástí řetězců, které nabízejí standardizované produkty, a to v několika destinacích (Horner & Swarbrook, 2003).

Obrázek 1: Kategorizace stravovacích služeb



Zdroj: Vlastní zpracování podle Horner & Swarbrooke, 2003

2.2.5 Organizace sdružující stravovací zařízení

Asociace hotelů a restaurací České republiky z.s. je občanské sdružení, jejíž cílem je podpora podnikatelů v oblasti hotelnictví a gastronomie. V této organizaci se vyskytují hotely, penziony, restaurace a další jednotky. Asociace českých hotelů a restaurací se snaží vzdělávat, představovat nové trendy, zprostředkovávat kontakty, spolupracovat s ostatními společnostmi a propagovat své členy (Asociace hotelů a restaurací ČR, 2020).

Restu.cz je internetový portál, který sám sebe označuje za největšího gastronomického průvodce restauracemi a který občanům pomáhá s výběrem stravovacího podniku. Na této stránce je k dispozici jídelní nabídka nebo informace o daném zařízení (O Restu – Nejčastější dotazy, 2020).

2.3 Marketing služeb

Zamazalová (2010) definuje marketing jako proces, ve kterém se jednotlivci i skupiny snaží získat pomocí vytváření a směny produktu to, co žádají. V tomto procesu probíhá poznání, předvídání, stimulování a v neposlední řadě uspokojování potřeb zákazníka tak, aby přitom byly dosaženy i cíle organizace.

V marketingové oblasti se setkáváme s několika klíčovými pojmy:

- **Potřeba** – pocit nedostatku, který může být klasifikován jako potřeba vrozená nebo naučná, materiální a nemateriální, ekonomická a neekonomická, konečná a výrobní
- **Požadavek** – subjektivní stav, který lze popsat jako pocíťovanou potřebu
- **Poptávka** – odpovídá množství žádaných produktů a její rozsah je popsán kupní silou
- **Nabídka** – část zdrojů, které nabízí dodavatel pro uspokojení poptávky prostřednictvím směny na trhu
- **Trh** – místo, kde se střetává nabídka a poptávka; v pojetí marketingu rozdělujeme potenciální trh, aktuální trh a cílový trh.
- **Směna** – proces, kde se zboží stává majetkem jiného majitele než svého původního.

2.3.1 Marketingové řízení

Strategické marketingové řízení je v důsledku neustále probíhajících změn marketingového prostředí organizací nepřetržitý proces. Každá organizace musí uvažovat nad svou budoucností (Vašítková, 2008).

Strategický marketingový proces vede s přihlédnutím k vnitřním podmínkám i zdrojům a vnějším příležitostem ke stanovení a následném dosažení marketingových cílů. Tento proces pomáhá podnikům pochopit jejich složitost a poskytnout bázi pro jejich řízení, vzájemnou koordinaci a zároveň je ovlivňován vnějšími podmínkami. Strategický marketingový proces je chápán v komplexním pojetí. Základní ideou je orientace na trh a uspokojení potřeb zákazníka lépe než konkurence.

Strategický marketingový proces představuje strategické marketingové řízení, které se skládá ze tří po sobě následujících souborů činností. Těmito činnostmi jsou: plánování, realizace a kontrola (Horáková, 2014).

2.3.2 Marketingové prostředí

„Podnik působí v prostředí, ve kterém existuje svět hodnot, jemuž se musí přizpůsobit.“ (Lehtinen, 2007)

Marketingové prostředí se skládá z činitelů a sil vnějšího prostředí, které ovlivňují schopnost marketingového managementu vyvinout a zachovávat pozitivní vztahy s cílovými zákazníky (Kotler, Wang, Saunders & Armstrong, 2007).

Jakubíková (2009) tvrdí, že většina autorů, kteří se zaměřují na management a marketing, dělí prostředí na vnější a vnitřní nebo kontrolovatelné a nekontrolovatelné. Vnější prostředí, ve kterém mohou firmy podnikat, jsou prostředí lokální, prostředí národní, prostředí integračního seskupení a světové prostředí. Prostředí lokální znázorňuje blízké okolí firmy, ve kterém jsou k dispozici vstupy (pracovní síla, suroviny atd.). A podnik zde může nabízet své výstupy (produkty atd.). Prostředí národní prezentuje státní sféru. Jako prostředí integračního seskupení jsou rozuměny regiony, které přesahují území státu, například region Nisa, Egrensis aj.

Marketingové prostředí je dvouúrovňové, zahrnuje mikroprostředí a makroprostředí. Každý činitel svým působením ovlivňuje prostředí jiným způsobem a jinou intenzitou. Pokud chce být organizace v podnikání úspěšná, musí se přizpůsobit svou marketingovou politikou vývoji prostředí, ve kterém se nachází. Organizace musí být schopny zkoumat a sledovat prostředí, identifikovat síly a činitele prostředí, analyzovat jejich působící vliv a hledat faktory, které napomáhají uspokojovat zákazníky, a naopak likvidovat ty, které uspokojení zákazníků ohrožují (Horáková, 2014).

2.3.3 Destinace

Palatková (2011) tvrdí, že destinace je častokrát chápána jako samostatný subjekt, který se objevuje na trhu turismu a měl by být řízen podle obchodních zásad.

Destinaci představuje jako systém, který je tvořený z několika jednotek subjektů veřejného, soukromého a nevládního neziskového sektoru a občanů, mezi nimiž se nacházejí ekonomické, společenské nebo kulturní typy vazeb. Dále zde probíhají především ekonomické procesy a mezi prvky systému a okolím destinace existují vazby. Destinaci jako systém popisuje Palatková (2011) ve dvou významech, které spolu souvisí. Prvním významem je popis destinace jako systému jednotlivých úrovní řízení destinace, tedy jako součást větší destinace složené z destinací menších (národní, regionální, místní). Druhý význam charakterizuje destinaci jako soubor vztahů uvnitř samotné destinace.

Destinace lze chápat jako firmu, která je konkurenční jednotkou, která vystupuje na domácím, ale i mezinárodním trhu. Mezi základní funkce managementu destinace Palatková (2011) řadí plánování, rozhodování, organizování, realizaci a kontrolu. Destinace se soustředí na řízení lidských zdrojů, využívá informačních a rezervačních systémů a zavádí systémy řízení kvality v destinaci.

Dále Palatková (2011) popisuje, jak Crouch a Ritchie hodnotí konkurenceschopnost destinace podle dvou externích a pěti interních oblastí. Interní oblasti zahrnují faktory a zdroje, klíčové zdroje a atraktivitu, marketingový management destinace, politiku turismu v destinaci a rozvoj destinace. Komparativní výhody (historie, kultura, kapitálové zdroje, velikost ekonomiky atd.) a konkurenční výhody (udržitelnost, efektivita, růst a rozvoj) patří mezi externí oblasti.

2.3.4 Strategický marketing destinace

Palatková (2011) charakterizuje strategický marketing destinace je rámeček všech aktivit, které souvisí s marketingem a jsou orientovány na spokojení potřeb návštěvníků destinace. Strategické marketingové řízení destinace vychází ze stále měnícího se vnějšího prostředí. Úspěch tohoto řízení spočívá ve správném odhadu podstatných rysů budoucího vývoje a schopnosti na tyto změny reagovat. Pojem strategie destinace charakterizuje koncept celkového chování, dlouhodobý program a pojetí činnosti a

alokace zdrojů potřebných k dosažení zamýšlených záměrů. Forma výsledné strategie destinace podléhá následujícím faktorům:

- pozice destinace na trhu
- životní cyklus destinace
- měnící se faktory vnějšího prostředí
- měnící se faktory vnitřního prostředí v destinaci
- vztahy mezi jednotlivými segmenty

Palatková (2011) dále tvrdí, že by destinace měla být schopná nabízet takzvaný rozšířený produkt, nejen nákupní hodnotu (purchase value), ale také hodnotu užitou (use value). Získání konkurenční výhody pro celou destinaci mohou organizace způsobit strategií nižší ceny, strategií poskytování vyšší kvality a služeb, strategií dosažení vyššího podílu na trhu, strategií nepřetržitých inovací a zdokonalování nebo strategií vstupu na vysoce růstové trhy. Pro veškeré činnosti na strategické úrovni jsou využívány analytické nástroje strategického marketingového řízení. Mezi tyto nástroje patří SWOT analýza, která rozebírá silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. PEST analýza soustředí se na politické, ekonomické, společenské a technologické faktory. Porterova analýza pěti sil, která se zaměřuje na sílu kupujících a prodávajících, hrozbu substitutů a vyhodnocuje konkurenční prostředí. Benchmarking poznává činnosti destinace a pozici destinace na trhu ve srovnání s ostatními. Dalšími nástroji jsou strategická a taktická gap analýza, která provádí identifikaci nových obchodních příležitostí. Dále Bostonská matice, finanční analýza, analýza tržních příležitostí a analýza vnitřního prostředí destinace nebo metoda VRIO zaobírající se zdroji destinace.

2.3.5 SWOT analýza

SWOT analýza je nástroj, který pomáhá k identifikaci celkové situace určité organizace. Je velmi užitečným, pohotovým a lehce použitelným nástrojem, který ohodnotí postavení podniku. SWOT analýza je zkratkou pro silné (strengths) a slabé (weaknesses) stránky, příležitosti (opportunities) a ohrožení (threats), které jsou možné identifikovat ve vnějším prostředí instituce. Analýza by měla objektivně odrážet vlastnosti objektu nebo prostředí. Definice konkrétních silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení umožní generování strategických alternativ:

- SO strategie „využití“ jsou strategie, které využívají silné stránky ve prospěch příležitostí.
- WO strategie „hledání“ se snaží překonat slabé stránky pomocí příležitostí.
- ST strategie „konfrontace“ využívají silné stránky k odvrácení ohrožení.
- WT strategie „vyhýbání“ popisují minimalizaci slabých stránek a vyhýbání se ohrožení. Tyto strategie se řadí ke strategiím obranným (Tichá & Hron, 2010).

Obrázek 2: SWOT matice

	Slabé stránky (W)	Silné stránky (S)
	1. ... 2. ...	1. 2. ...
Příležitosti (O)	WO strategie „HLEDÁNÍ“	SO strategie „VYUŽITÍ“
Ohrožení (T)	WT strategie „VYHÝBÁNÍ“	ST strategie „KONFRONTACE“

Zdroj: Vlastní zpracování podle Tichá, Hron, 2010

2.4 Cestovní ruch

2.4.1 Definice cestovního ruchu

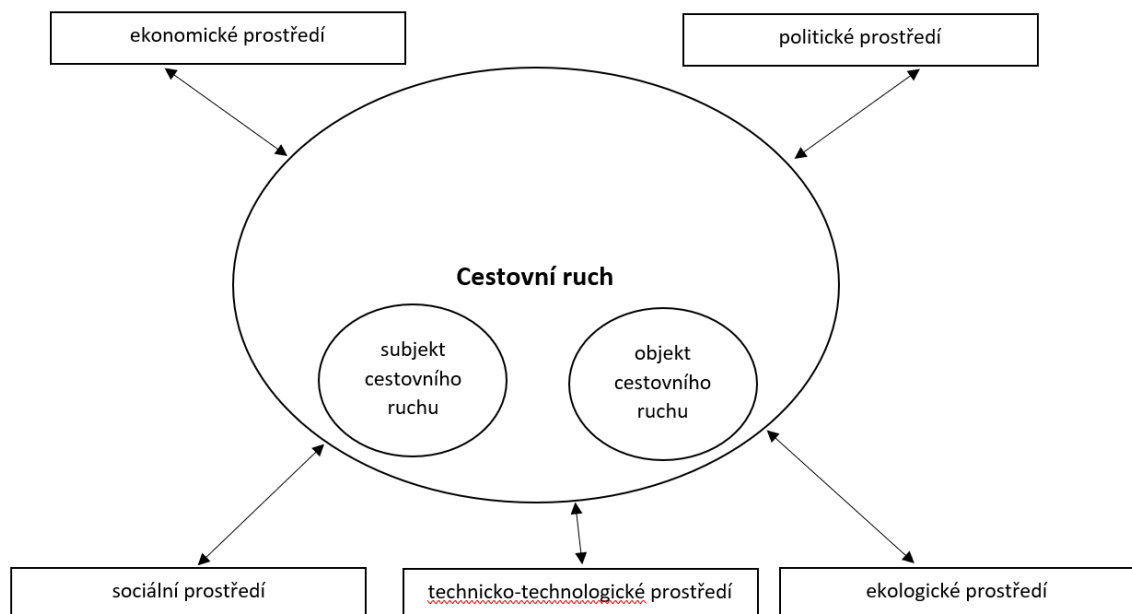
„Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálená od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce.“ (Jakubíková, 2009)

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i celé společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidí za rekreací, poznáváním něčeho nového, naplněním vlastních snů a zažití příjemné dovolené (Hesková, 2011).

Cestovní ruch se stal neodmyslitelnou součástí dnešní moderní společnosti. Podle Malé (1999) je vůdčím motivem cestovního ruchu záměrná změna prostředí, která uspokojuje lidské potřeby, například potřebu odpočinku, sportovních aktivit nebo seberealizace.

Hesková (2011) považuje cestovní ruch za otevřený a dynamický systém, jež tvoří dva podsystémy – subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu. Tyto dva subjekty propojují vzájemné vazby.

Obrázek 3: Cestovní ruch



Zdroj: Vlastní zpracování podle Hesková, 2011

Subjekt cestovního ruchu je reprezentován účastníkem. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje své potřeby spotřebou statků, a to obvykle ve svém volném čase. Účastník se tím stává nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Naopak objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu subjektu cestovního ruchu. O objektu cestovního ruchu se hovoří jako o nositeli nabídky. Tvoří ho místo, podniky i instituce cestovního ruchu.

2.4.2 Typologie a systém cestovního ruchu

Podle Jakubíkové (2009) se cestovní ruch vždy váže k místu, obci, městu či státu, jehož nabídka souvisí se schopnostmi i kvalitou veřejné správy. Typologie cestovního ruchu se třídí podle různých hledisek. Jako hlavní klasifikační hlediska považuje Jakubíková (2009) motivaci účasti neboli cíl cesty (rekreační, kulturně poznávací, vzdělávací, společenský, sportovní, náboženský nebo zdravotní a léčebný), platební bilanci státu (zahraniční cestovní ruch aktivní, zahraniční cestovní ruch pasivní), délku pobytu (krátkodobý, střednědobý, dlouhodobý), způsob organizace (organizovaný, neorganizovaný), počet účastníků (individuální, skupinový), věk účastníků (mládež, rodiny s dětmi, dospělí, senioři), způsob financování (komerční, sociální), prostředí (město, venkov, střediska cestovního ruchu, lázně), intenzitu turistických proudů (stálá, sezonní, mimo sezonní), způsob ubytování (ubytovací zařízení, kempy, chaty a chalupy, ubytování v soukromí), dopravu (silniční, autobusová, železniční, lodní, letecká, kombinovaná, vertikální, městská hromadná doprava) a stravování (individuální, společné, intenzita: snídaně, polopenze, plná penze, all inclusive).

3. Metodika

Cílem této bakalářské práce je analyzovat současnou situaci stravovacích zařízení na Třeboňsku. Jedná o oblast ORP¹ Třeboň, pod kterou patří v této lokalitě 25 obcí.

K vyhodnocení této situace byla použita SWOT analýza a geografický informační systém ArcGis. Tento program sloužil ke grafické prezentaci výsledků současné situace stravovacích zařízení v této obci s rozšířenou působností Třeboň pomocí aplikace ArcMap.

Pro naplnění cíle této práce byly vymezeny dílčí kroky. Počátečním bodem bylo vyhledání a nastudování příslušné odborné literatury k tématu této práce a orientace v programu ArcMap. Získané znalosti byly použity v praktické části a napomohly k vypracování práce.

GIS² je soubor počítačových programů a geografických prostorových údajů, kterými lze analyzovat, upravit nebo zobrazit zeměpisné informace. Pro plné využití tohoto systému je nutný sběr dat a jeho následné zpracování. Systém má široké uplatnění v různých oblastech (kartografie, cestovní ruch, navigační programy, vyhledávání vhodných oblastí atd.). ArcGIS je platformou pro mnoho různorodých užitečných aplikací, které jsou využívány v každodenním životě.

Pro vypracování bakalářské práce byl využit internetový portál Mapy.cz, který provozuje společnost Seznam.cz. Na této stránce byl proveden sběr dat na základě dostupných informací o současných stravovacích zařízeních v ORP Třeboň.

V praktické části byla provedena kategorizace nasbíraných dat a následně byla rozšířena informacemi o dostupnosti bankomatů a cyklotras v dojezdové vzdálenosti od jednotlivých stravovacích zařízení, informacemi o existenci webových stránek a nabídce tradičních rybích pokrmů. Následně byly vytvořeny mapy v programu ArcMap, ve kterých byla použita sesbíraná data. Dále byla vytvořena StoryMapa – interaktivní mapa. Odkaz na tuto StoryMapu je přiložen v závěru práce.

¹ ORP – obec s rozšířenou působností

² GIS – Geografický informační systém

Poté byla vyhotovena SWOT analýza pro stravovací zařízení nacházející se v oblasti ORP Třeboň z vnějšího pohledu, kde k posouzení sloužil Fullerův trojúhelník. SWOT analýza a vyhodnocení výsledků napomohly k získání možných doporučení pro podnikatelskou sféru.

4. Vlastní práce

4.1. Třeboňsko

Třeboňsko, malebná krajina, která zaujme svou historií, architektonickými prvky, a hlavně svým přírodním bohatstvím. Třeboňsko v Jižních Čechách je oblast, jež se nachází podél hranic s Rakouskem a jež disponuje rovinnou krajinou s velkým množstvím lesů a rybníků. Hlavním kulturním a historickým centrem celé oblasti je město Třeboň, které se řadí mezi jednu z nejpopulárnějších turistických destinací v celé České republice. Nabízí mnoho sportovních i kulturních využití. Mezi turistické cíle patří renesanční zámek, gotický klášter, gotický pivovar nebo děkanský kostel. Výraznou stavbou je novogotická Schwarzenberská hrobka nacházející se v anglickém krajinářském parku. Toto místo je často navštěvovaným cílem přijíždějících turistů. Svě si zde najdou milovníci pěší turistiky a cykloturistiky. Především v letních měsících a v období prázdnin mohou turisté využít rozsáhlou síť cyklostezek. Třeboňsko je rájem pro vodáky a rybáře. Konají se zde tradiční výlovy, které navštěvují až desítky tisíc turistů. Jedním z největších symbolů je třeboňský kapr, jenž nese ochrannou známku a ochranné zeměpisné označení Evropské unie. Oblast Třeboňska je význačná i v oblasti fauny, neboť je domovem pro několik druhů ohrožených zvířat. Mezi ně patří například vydra říční nebo orel mořský. Nachází se zde i dva mezinárodní mokřady chráněné Ramsarskou konvencí. Cestovní ruch na Třeboňsku je velmi značný. Jedním z hlavních ekonomických přínosů pro tuto oblast je návštěvnost turistů a jejich pobyt a rekreace. Mezi turistická lákadla patří lázně, cyklotrasy pro sportovní nadšence, rozsáhlá síť rybníků a bohatá příroda, historie a kultura. Celá oblast Třeboňska je dobře připravená z pohledu úrovně služeb. Návštěvníci mají velký výběr nejen v ubytovacích zařízeních, ale také v oblasti gastronomie a pohostinství.

V roce 1977 se Třeboňsko podařilo díky úsilí odborné veřejnosti umístit na celosvětový seznam biosférických rezervací UNESCO³ v rámci programu Člověk a biosféra. O dva roky později, v roce 1979, bylo Třeboňsko vyhlášeno chráněnou krajinnou oblastí. CHKO⁴ Třeboňsko poté zřídilo Správu CHKO Třeboňsko, která

³ UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization/

⁴ CHKO – chráněná krajinná oblast, odkaz: https://www.mzp.cz/cz/chanene_krajinne_oblasti

funguje dodnes. Rozloha CHKO Třeboňsko je 700 km². Mezi maloplošná zvláště chráněná území v CHKO Třeboňsko patří:

- Národní přírodní rezervace – Červené blato, Stará a Nová řeka, Velký a Malý Tisý, Žofinka
- Národní přírodní památky – Ruda, Vizír
- Přírodní rezervace – Bukové kopce, Dračice, Horní Lužnice, Horusická blata, Losí blato u Mirochova, Na Ivance, Olšina u Přesecky, Písečný přesyp u Vlkova, Rašeliniště Hovízna, Rašeliniště Pele, Rod, Ruda u Kojákovíc, Rybníky u Vitmanova, Staré jezero, Široké blato, V Luhu, Výtopa Rožmberka, Zábblatské louky
- Přírodní památky – Branské doubí, Hnilíř, Kozí vršek, Kramářka, Lhota u Dynína, Pískovna u Dračice, Slepíčí vršek, Soví les

Dalšími významnými lokalitami v CHKO Třeboňsko jsou – Cepská pískovna a okolí, Červené blato, Hliníř – Ponědrážka, Lomnický velký rybník, Lužnice a Nežárka, Malý Horusický rybník, Nadějská soustava, Písečný přesyp u Vlkova, Purkrabský rybník a Točnick, Ruda, Široké blato, Štičí rybník, Třeboň, Třeboň – střed, Velký a Malý Tisý, Žofinka a Žofina Huť. Oblast Třeboňsko se také prezentuje označením Ptačí oblast Třeboňsko a IBA – evropsky významnou ptačí oblastí.

4.1.1 Historie Třeboňska

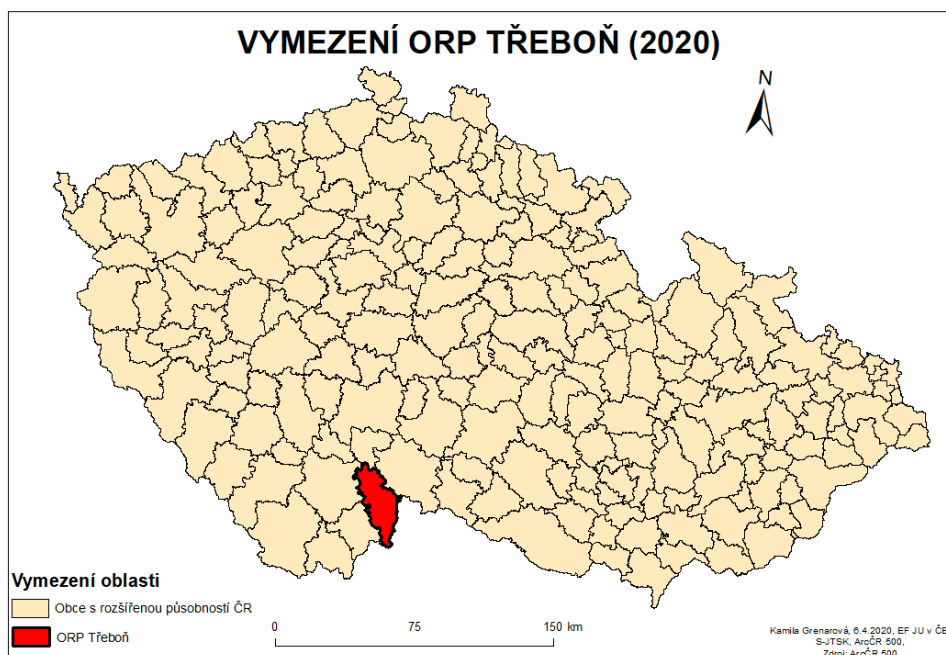
Třeboňsko je známé svou rozsáhlou historií. K prvnímu trvalému osídlení došlo v průběhu 12. až 14. století rodem Vítkovců. A již od počátku 12. století zde byly zaznamenány úpravy krajiny člověkem. Tyto zásahy měly pozitivní dopad a krajina postupně dosáhla rovnováhy. Výsledkem činnosti člověka je důmyslná síť umělých toků a velké množství rybníků, které udělaly Třeboňsko centrem českého rybníkářství. Přibližně 460 rybníků na celém území Třeboňska je ukázkovým spojením člověka a přírody. Jedním z významných bodů historie se stal rok 1341, kdy Třeboň získala statut města. Od té doby je historické město Třeboň centrem celé oblasti Třeboňska. Pár let poté třeboňské panství odkoupil vlivný rod Rožmberků. Významný rozkvět celé oblasti Třeboňska nastal v průběhu 16. století. V té době zde působili znamenití rybáři Josef Štěpánek Netolický, Mikuláš Ruthard z Malešova a Jakub Krčín z Jelčan a Sedlčan.

Díky nim se třeboňská krajina změnila a bylo vybudováno několik vodních ploch. Například rybník Svět, rybník Rožmberk a umělý kanál Zlatá stoka. V průběhu 17. a 18. století prošla celá oblast Třeboňska průmyslovým rozvojem. Vznikaly manufaktury, železářství, sklářství, tkalcovství i dřevozpracující výroby. Postupem času se rozvíjely i průmyslové podniky, jako je například Jihočeský závod dřevařů v Suchdole nad Lužnicí. I přes rozmach průmyslu, můžeme v dnešní době vnímat Třeboňsko spíše jako zemědělskou oblast, která láká turisty svou krásnou přírodou, historickými památkami, rybníkářstvím a lázeňstvím.

4.1.2 Vymezení zkoumané oblasti Třeboňska

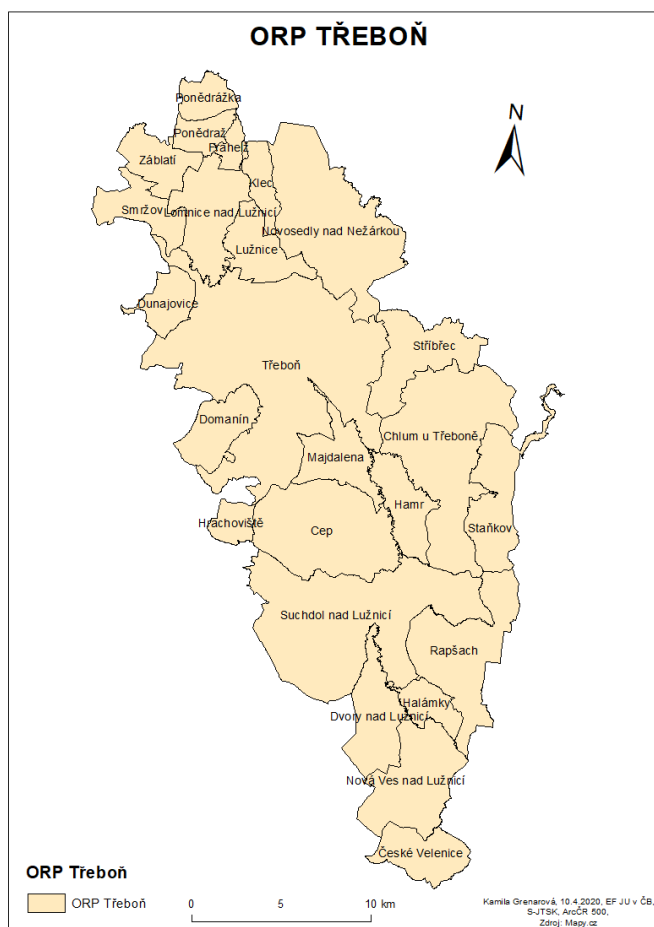
Správní obvod ORP Třeboň se skládá z celkem 25 obcí. Je zde celkem 86 základních sídelních jednotek a 43 katastrů. V tomto správním obvodu jsou čtyři obce se statutem města (České Velenice, Lomnice nad Lužnicí, Suchdol nad Lužnicí, Třeboň) a jedna obec se statutem městyse (Chlum u Třeboně). ORP Třeboň sousedí s celkem pěti dalšími obcemi s rozšířenou působností. Těmi jsou ORP Trhové Sviny, ORP České Budějovice, ORP Týn nad Vltavou, ORP Soběslav a ORP Jindřichův Hradec. Celková katastrální plocha ORP Třeboň je 53 832 ha. Z toho činí zemědělská půda 17 573 ha a nezemědělská plocha 36 259 ha. Pouze vodní plochy celkově zaujímají 7 008 ha. K 31. 12. 2018 zde žilo 24 720 obyvatel. Pod správní obvod ORP Třeboň patří tyto obce: Cep, České Velenice, Domanín, Dunajovice, Dvory nad Lužnicí, Frahelž, Halámky, Hamr, Hrachoviště, Chlum u Třeboně, Klec, Lomnice nad Lužnicí, Lužnice, Majdalena, Nová Ves nad Lužnicí, Novosedly nad Nežárkou, Ponědraž, Ponědrážka, Rapšach, Smržov, Staňkov, Stříbřec, Suchdol nad Lužnicí, Třeboň a Záblatí.

Mapa 1: Vymezení ORP Třeboň v České republice



Mapa 2: ORP Třeboň

Zdroj: Vlastní zpracování



Zdroj: Vlastní zpracování

4.2 Kritéria analýzy

K vypracování analýzy současných stravovacích zařízení na Třeboňsku byla použita česká internetová aplikace Mapy.cz usnadňující hledání určitých bodů nebo objektů pomocí kategorií. Mezi tyto kategorie patří například bankomaty, zastávky MHD, dětská hřiště, lékárny, čerpací stanice, supermarkety, sportoviště, parkoviště, kina, divadla, nemocnice, policie, ubytování a restaurace. Právě k vypracování této bakalářské práce byly využity GPS informace ohledně stravovacích zařízení v ORP Třeboň, které se na této webové stránce nacházejí. Výsledná data byla zanesena do geografického informačního systému ArcGis, přesněji do aplikace ArcMap, a následně z nich byly vytvořeny mapy s jednotlivými grafy. Pro vyhodnocení většiny kritérií byly vytvořeny dvě mapy. První mapa zobrazuje celou oblast ORP Třeboň jako jeden celek. Data v této mapě nejsou rozdělena na jednotlivé obce, které pod ORP Třeboň spadají. Naopak na druhé mapě je vidět katastrální rozdělení všech 25 obcí. V každé obci se pak vyskytuje samostatný graf, který popisuje sběr dat podle jednotlivých obcí.

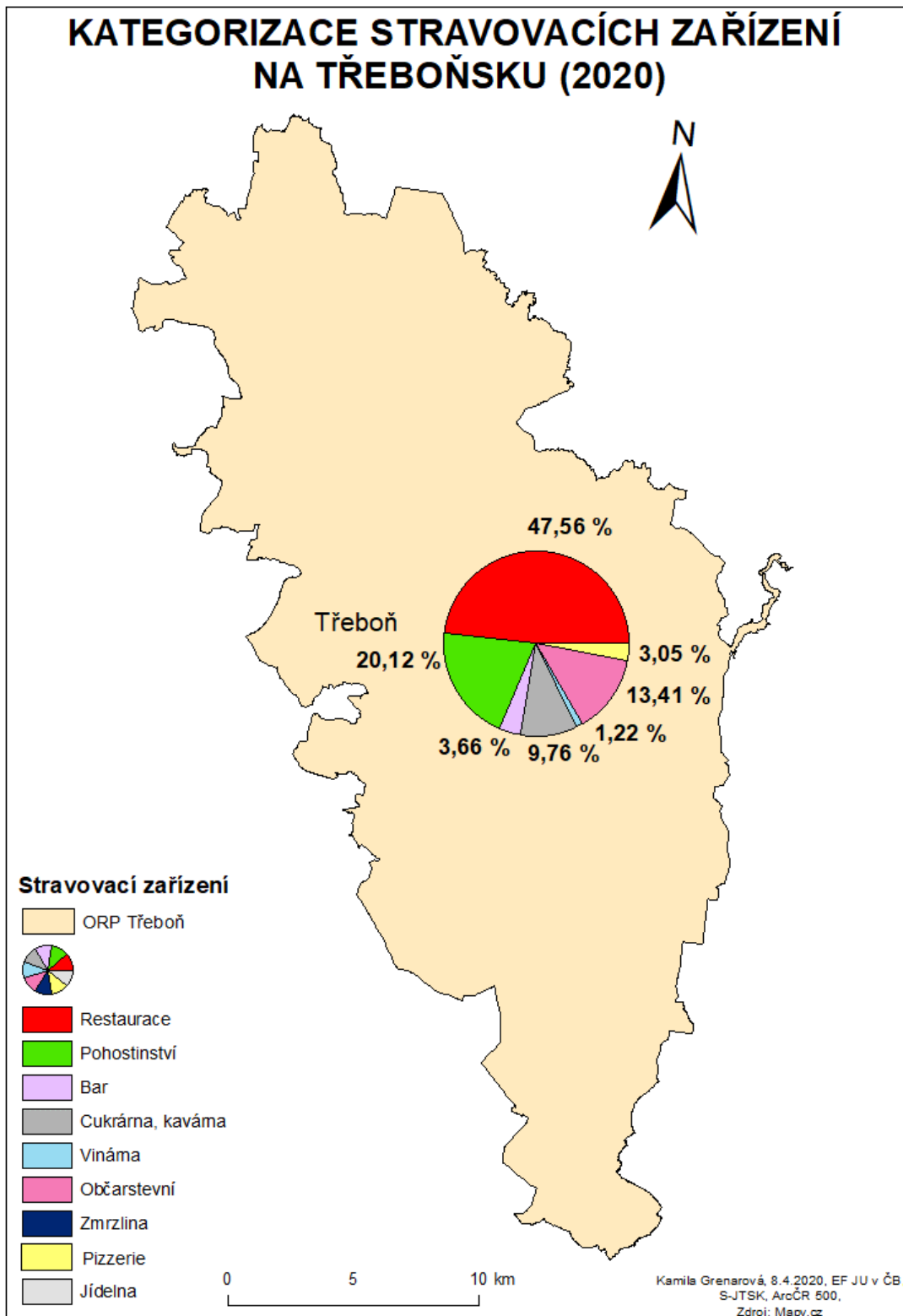
Tyto mapy byly zpracovány v aplikaci ArcMap, která patří do skupiny aplikací pod systém ArcGis. V této aplikaci je zapotřebí nalézt příslušnou vrstvu, se kterou se bude nadále pracovat. Pomocí atributové tabulky se vyznačí konkrétní území a pomocí exportu se tato vrstva uloží. Další krok obnáší zanesení sběru dat do systému a následnou práci s novými údaji. Vytvoření grafů, nadpisu, legendy, popisků, měřítka a ostatních náležitostí je konečnou fází při tvorbě map, které jsou součástí této práce.

4.2.1 Kategorizace současných stravovacích zařízení na Třeboňsku

Na mapovém portálu Mapy.cz bylo v celém ORP Třeboň na počátku roku 2020 celkem k dispozici 164 stravovacích zařízení různých typů. U těchto zařízení byla zaznamenána jejich GPS lokace a typ stravovacího zařízení. Všechna tato zařízení byla pro další práci rozdělena do následujících dílčích skupin:

- restaurace
- pohostinství
- občerstvení
- cukrárna a kavárna
- bar
- pizzerie
- vinárna
- prodej zmrzliny
- jídelna

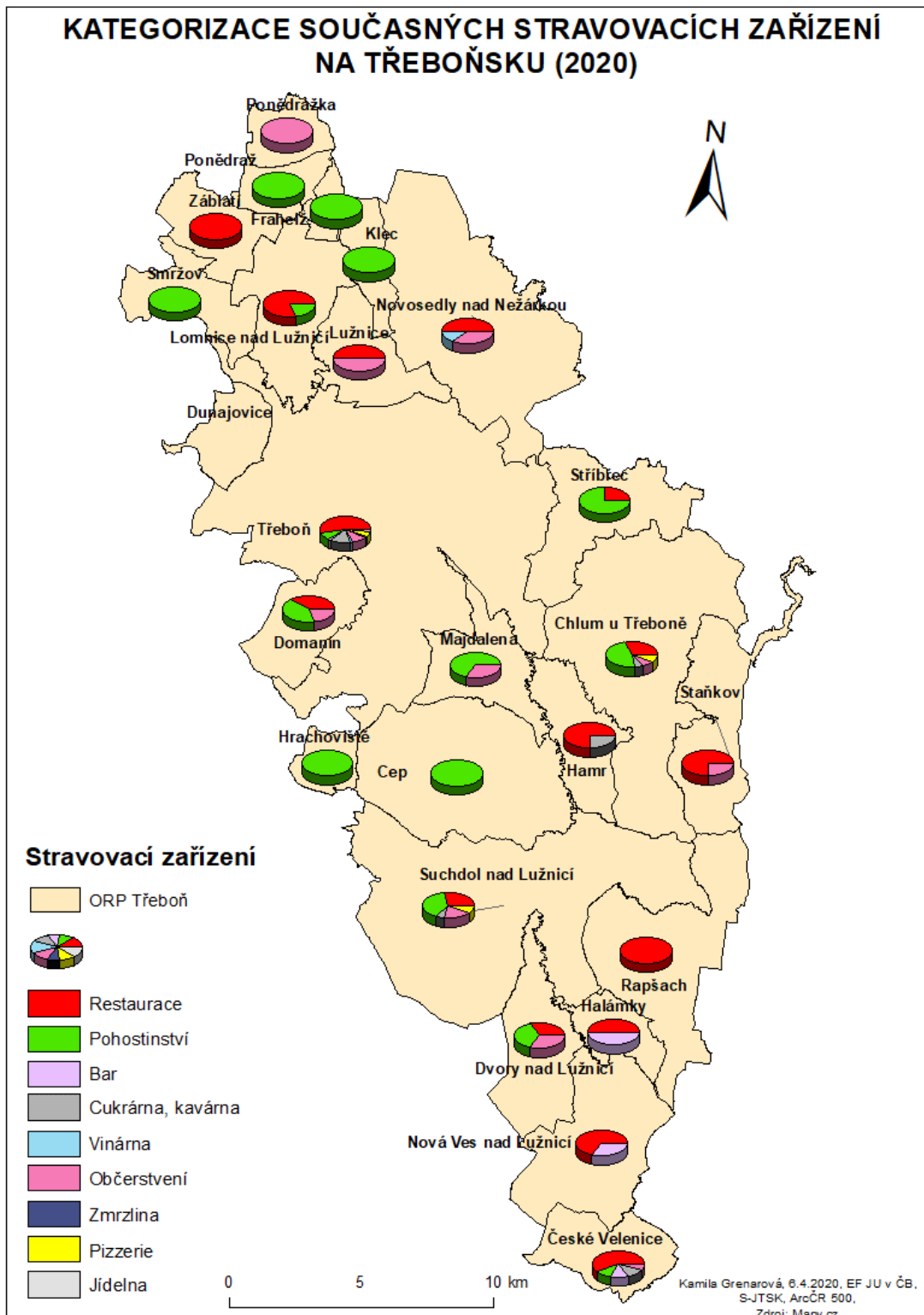
Mapa 3: Kategorizace současných stravovacích zařízení v ORP Třeboň



Zdroj: Vlastní zpracování

Výsledky sběru dat byly pro přehlednější interpretaci zobrazeny pomocí map a grafů. Mapa číslo 3 zobrazuje kategorizace stravovacích zařízení na Třeboňsku z pohledu oblasti jako celku. Celkový soubor analyzovaných stravovacích zařízení se nachází na stránce Mapy.cz. Z této mapy 3 tedy vyplývá, že dominují restaurace, které zaujímají 47,56 %. V absolutních číslech se jedná o 78 stravovacích zařízení restauračního typu. Restaurace jsou obecně nejznámějším typem stravování. V tomto sběru dat se nachází i mnoho restaurací s rozličným zaměřením, například rybí nebo řízková restaurace. V ORP Třeboň se nachází čtyři města a v každém z nich je možné restauraci objevit. Na druhém místě se umístila zařízení typu pohostinství. Zde se jedná o hospody, hospůdky, hostince, pohostinství a krčmy s podílem 20,12 %. Pohostinství je tradičním typem zařízení, které se objevuje v malých městech a vesnicích. Tento typ zařízení již nemusí nabízet tak širokou škálu pokrmů a nápojů, jako tomu bývá u restaurací. Restaurace a pohostinství tedy dohromady představují necelé tři čtvrtiny všech zařízení. Následují občerstvení, nejčastěji reprezentovaná rychlými občerstveními, kiosky, občerstveními, bistry a bufety. Vyhodnocením se zjistilo, že tento typ stravovacích zařízení se na Třeboňsku objevuje celkem 22krát, což představuje 13,41 %. Ostatní typy zařízení nepřesáhly 10 % hranici. Mezi tato zařízení se řadí cukrárny a kavárny, která získaly 9,76 % s celkovým počtem 16 zařízení, následují bary s 3,66 %, které se zde nalézají 6krát. Dále pizzerie s 3,05 %, které se zde objevují 5krát. Vinárny mají zastoupení 2krát, a proto představují jen 1,22 %. Posledními zařízeními jsou prodejny zmrzlin a jídelny, o kterých jsou k nalezení informace na Mapy.cz v celém Třeboňsku pouze jednou a získaly tak shodně 0,61 % a v celém grafu zaujímají nejmenší podíl.

Mapa 4: Kategorizace současných stravovacích zařízení v jednotlivých obcích na Třeboňsku



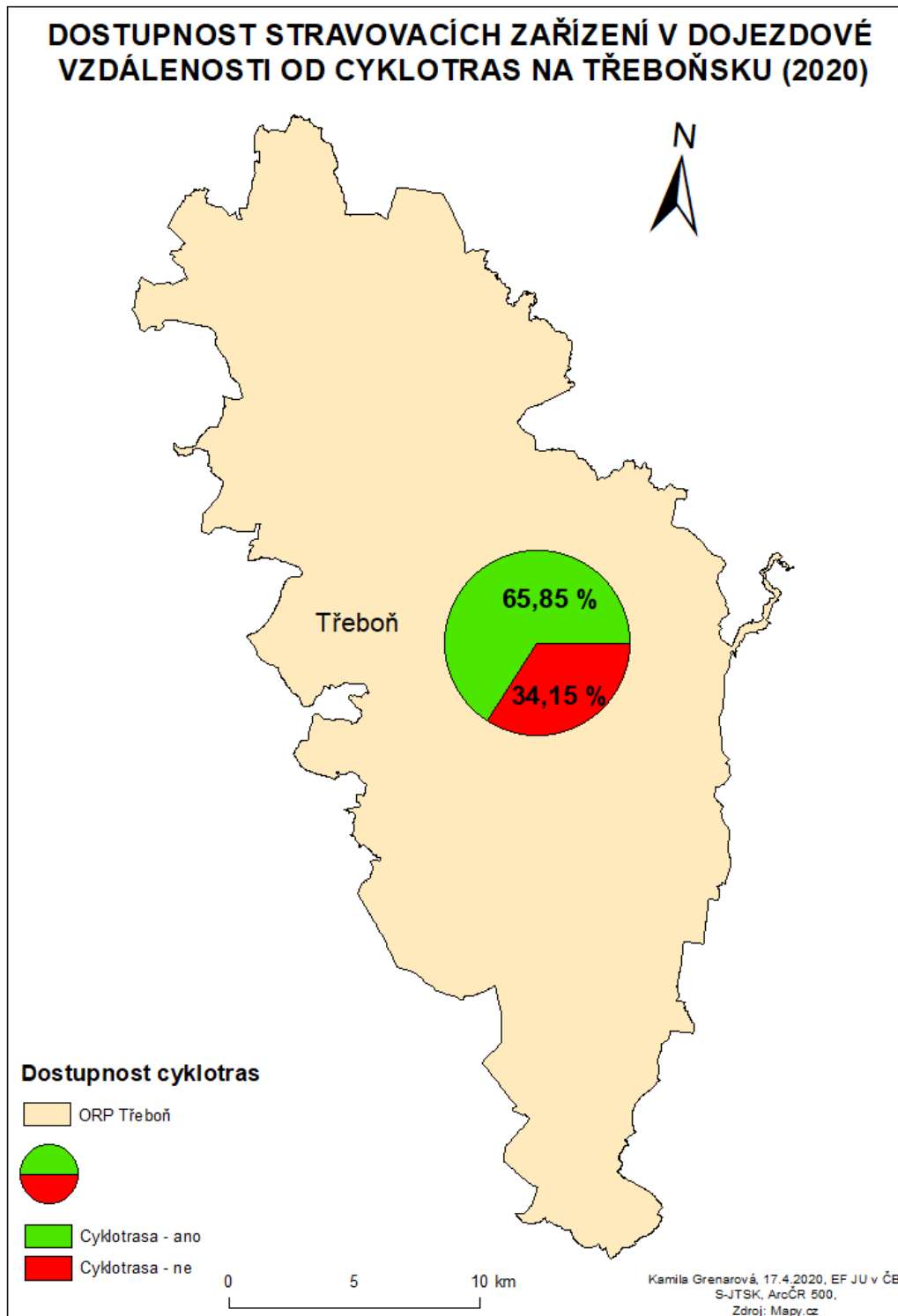
Zdroj: Vlastní zpracování

Mapa číslo 4 je již více detailnější a zobrazuje kategorizaci stravovacích zařízení podle jednotlivých obcí v ORP Třeboň. Z této analýzy je zřejmé, že nejvíce druhů stravovacích zařízení se nachází ve větších městech jako je Třeboň, České Velenice, Suchdol nad Lužnicí nebo Chlum u Třeboně. Na Mapy.cz se v centrálním městě oblasti objevuje podle předpokladů celkem 64 stravovacích zařízení. V tomto počtu mají nejpočetnější zastoupení restaurace. V letních měsících je poptávka po stravování v této oblasti zjevná a stravovací zařízení se snaží svou nabídkou poptávku uspokojit. Druhým nejčastějším typem zařízení jsou zde cukrárny a kavárny, které jsou rozmístěné především kolem Masarykova náměstí. Dalším městem s vysokým počtem stravovacích zařízení jsou České Velenice, ve kterých lze na Mapy.cz nalézt 19 podniků podnikajících v gastronomickém průmyslu. Následuje město Suchdol nad Lužnicí (14 zařízení) a městy Chlum u Třeboně (13 zařízení). Ten dokonce nabízí více stravovacích zařízení než například město Lomnice nad Lužnicí.

Vysoký počet stravovacích zařízení v Českých Velenicích vychází z těsného sousedství s rakouským Gmündem a uspokojováním potřeb jejich obyvatel. Restaurace, pohostinství, bary, cukrárny, kavárny a občerstvení přizpůsobují nabídku právě zmíněným skupinám cizinců. V Dunajovicích se nenachází ani jedno stravovací zařízení. A v menších obcích, jako je Ponědražka, Ponědraž, Záblatí, Hrachoviště, Klec nebo Smržov, jsou především pohostinství, restaurace a občerstvení. Stravovací zařízení Třeboňska jsou v drtivé většině využívány v letních měsících, kdy dosahuje návštěvnost oblasti svého maxima, naopak v zimních měsících je poptávka po nabízených službách závislá hlavně na místních obyvatelích. A právě tento nevyrovnaný poměr brání zřejmě mnohem expanzivnějšímu rozvoji celé této oblasti.

4.2.2 Dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras na Třeboňsku

Mapa 5: Dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras na Třeboňsku

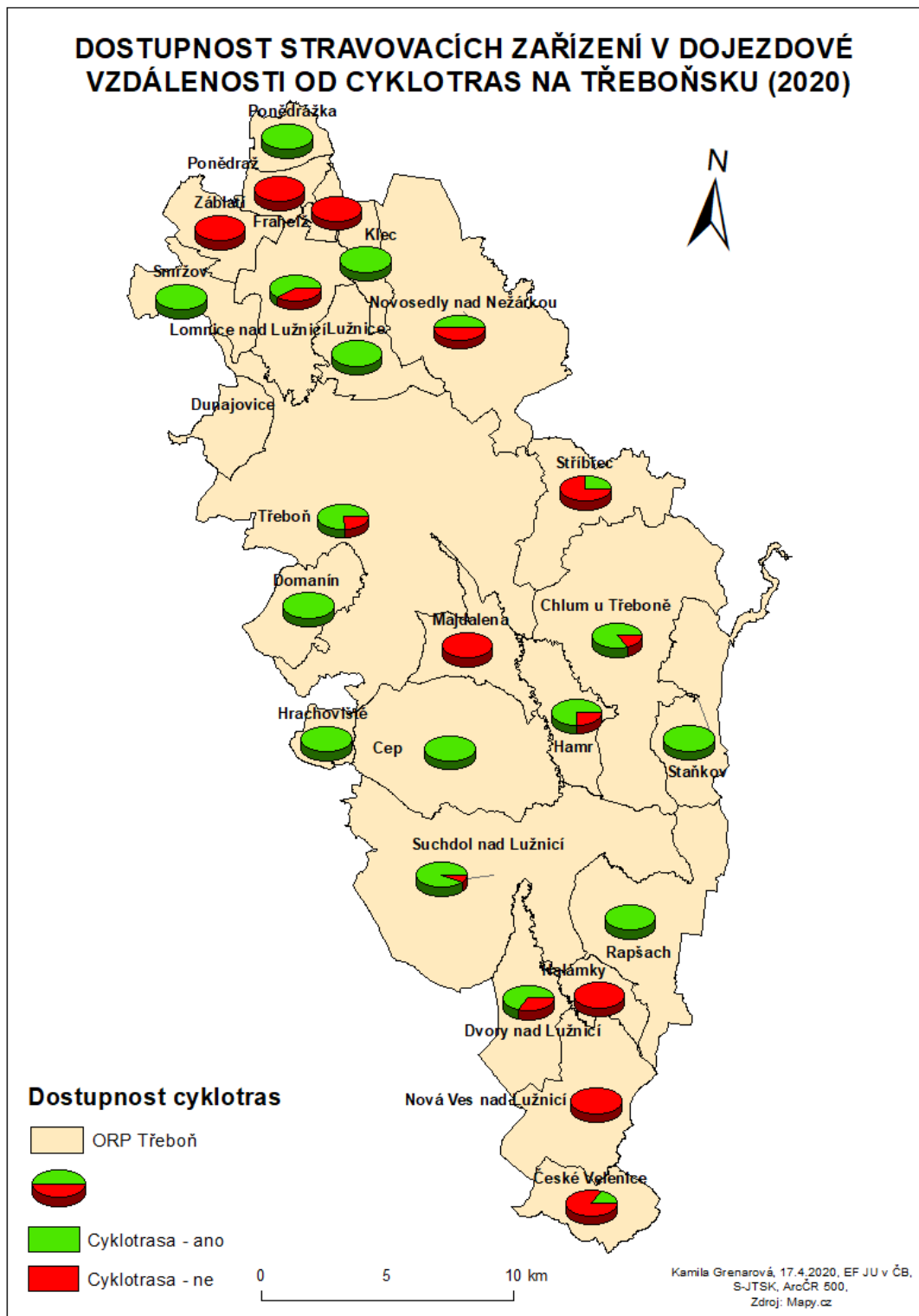


Zdroj: Vlastní zpracování

Pro následnou analýzu stravovacích zařízení na Třeboňsku byla dále určena čtyři kritéria. Prvním se stala dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení v docházkové vzdálenosti, druhým dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras v dojezdové vzdálenosti. Tato dvě kritéria byla vybrána z toho důvodu, že je totiž nejvíce zohledňují sami turisté na webovém portálu Mapy.cz. Třetím kritériem byla dostupnost webových stránek každého jednotlivého stravovacího zařízení. I výsledky tohoto zkoumání byly zaneseny pomocí atributové tabulky do programu ArcMap a následně z nich byly vytvořeny mapy s příslušnými grafy. Posledním kritériem byla nabídka rybích pokrmů v jednotlivých stravovacích zařízení.

Celá oblast ORP je známá rozsáhlou sítí cyklotras pro všechny nadšené sportovce. Třeboňsko je rovinatá krajina, ideální lokalita pro malé děti, seniory nebo méně aktivní sportovce. Cykloturistika je zde jednou z nejoblíbenějších volnočasových aktivit. Vybudované cyklotrasy vedou jak přírodou kolem známých třeboňských rybníků, tak i obcemi nacházející se v ORP Třeboň. Dostupnost stravovacích zařízení v dojezdové vzdálenosti od cyklotras je jedním z důležitých kritérií při výběru vhodného stravovacího zařízení. Cyklisté často preferují restaurační zařízení, které se nachází přímo na cyklotrase. U všech stravovacích zařízení v této analýze byla zjišťována dojezdová vzdálenost od cyklotrasy. Následně byla stravovací zařízení rozdělena na ta, která jsou od cyklotrasy ve vzdálenosti do a nad 500 metrů. Nejfrekventovanějšími cyklotrasami této oblasti jsou: Cyklotrasa Lužnická, Cyklotrasa 112A, Cyklotrasa 1170, Cyklotrasa 1034, Cyklotrasa 1134, Cyklotrasa Paměti Vitorazska, Cyklotrasa 1010, Cyklotrasa 1014, Cyklotrasa 122, Cyklotrasa 1012, Cyklotrasa 1035, Cyklotrasa 1096, cyklotrasa Greenway RD. Z mapy 5 jednoznačně vyplývá, že nadpoloviční většina zkoumaných stravovacích zařízení leží v dojezdové vzdálenosti do 500 metrů od vybudovaných cyklotras. Z celkového počtu 164 zařízení vyhovuje tomuto zadání 103 zařízení. To představuje 65,85 %. Zbytek, tedy 34,15 %, zvolenému kritériu nevyhovělo.

Mapa 6: Dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras v jednotlivých obcích na Třeboňsku



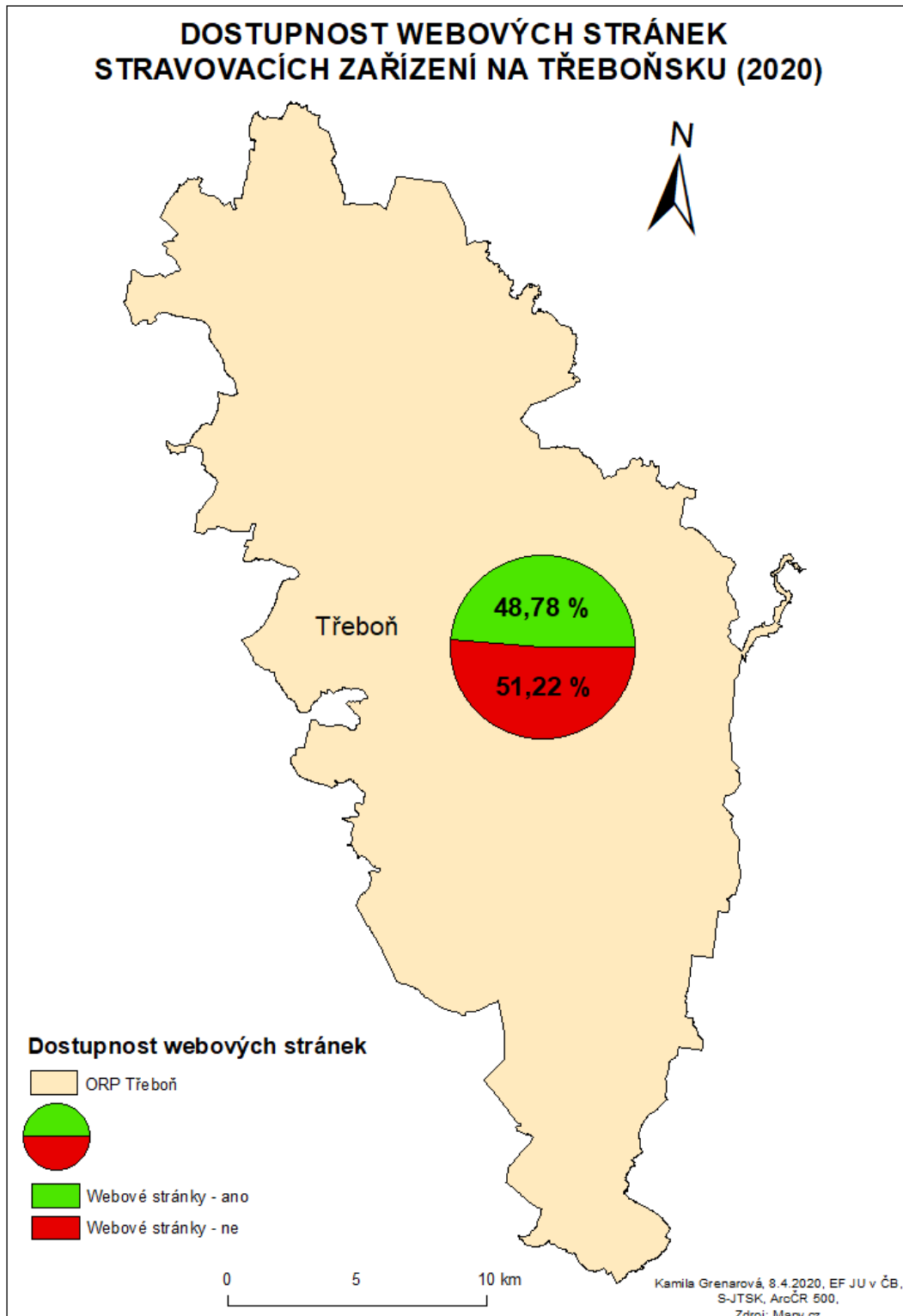
Zdroj: Vlastní zpracování

Detailnější mapa 6 zobrazuje dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras v jednotlivých obcích, které jsou pod správou ORP Třeboň. Z mapy lze vyčíst, že tato dostupnost je hlavně ve středu celé oblasti, v obcích Cep, Domanín, Lužnice, Lomnice nad Lužnicí nebo Hrachoviště. Naopak v jižní části oblasti, například v Českých Velenicích nebo v Nové Vsi nad Lužnicí, již taková možnost není. Českými Velenicemi sice Cyklotrasa Lužnická prochází, ale žádné stravovací zařízení se v dojezdové vzdálenosti nevyskytuje. Je to jediné město v dané oblasti, které námi zadané kritérium na rozdíl od Třeboně, Suchdola nad Lužnicí a Lomnice nad Lužnicí nesplňuje.

K obcím s tímto výrazným handicapem pro rozvoj stravovacích zařízení využívaných cykloturisty patří Ponědraž, Záblatí, Frahelž, Majdalena, Halámky a Dvory nad Lužnicí. Naopak obce Ponědrážka, Smržov, Klec, Lužnice, Domanín, Hrachoviště, Cep, Staňkov a Rapšach tomuto kritériu vyhověly stoprocentně. V malých obcích se vyskytuje početně mnohem méně zařízení než například v Třeboni a je překvapující, že místní samosprávy zřejmě nedostatečně podporují podnikání v oblasti gastronomie v turistickém ruchu. Cyklotrasy často vedou středem těchto malých obcí, a tak by stravovací zařízení mohla využívat výhodného umístění. Pro stravovací zařízení je poloha poblíž cyklotras konkurenční výhodou a cyklisté mohou výrazně zvýšit návštěvnost daného zařízení.

4.2.3 Webová prezentace jednotlivých stravovacích zařízení na Třeboňsku

Mapa 7: Webová prezentace jednotlivých stravovacích zařízení na Třeboňsku

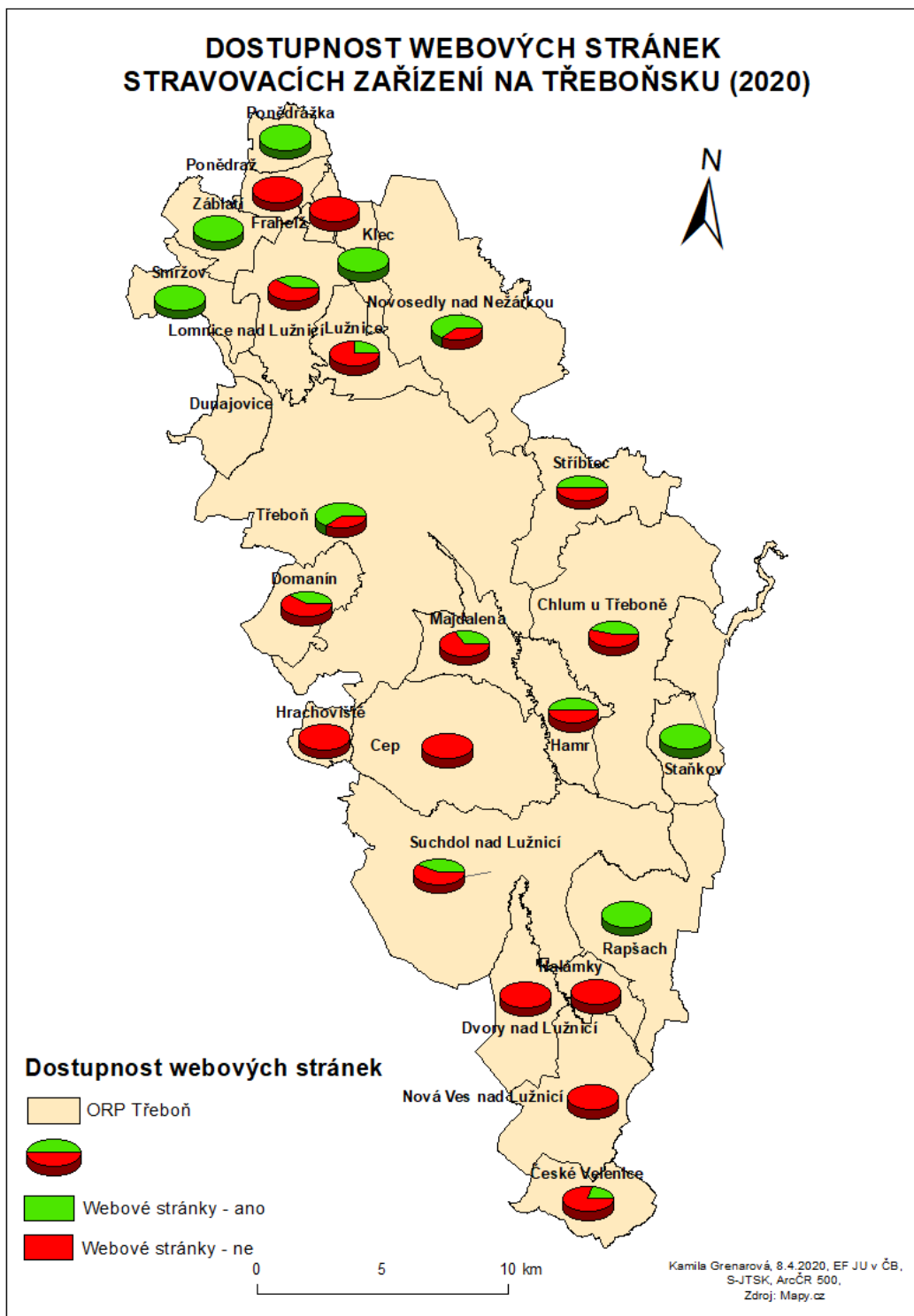


Zdroj: Vlastní zpracování

Pro zhodnocení situace z pohledu podnikatelské sféry byla zjištěna existence webové prezentace stravovacích zařízení v internetovém prostředí. V tomto případě byly možné dvě varianty výsledku. Provozovatelé používají pro prezentaci svých podniků webové stránky, nebo je zřízené vůbec nemají. Webová stránka byla z tohoto hlediska brána buď jako internetová stránka věnována přímo stravovacímu zařízení, nebo jako webová stránka objektu, ve kterém se stravovací zařízení nachází. Zde se jedná například o penzion, ve kterém je současně provozováno stravovací zařízení. Do tohoto výběru nespádaly webové stránky, které zběžně podávají přehledový seznam zařízení. Mezi tyto stránky se řadí například [www. Restu.cz](http://www.Restu.cz) nebo www.ceske-hospudky.cz.

Z mapy 7 překvapivě vyplývá, že více jak polovina stravovacích zařízení své webové stránky nemá. Naopak pouze 48,78 % poskytuje informace o své provozovně na internetu. Toto číslo představuje 80 zařízení z celkového zkoumaného souboru. Webové stránky nevlastní 51,22 % podniků, prezentujících dohromady 84 provozoven. Dostupnost webových stránek přispívá na atraktivitě daného stravovacího zařízení. Podnik se tím snaží přilákat zákazníky a podávat jim tímto způsobem nejaktuálnější informace. Pro podniky, které webové stránky neprovozují, to představuje jednoznačně konkurenční nevýhodu a patří ke slabým stránkám podnikání. Údaje o otevírací době, jídelním lístku, kontaktních informacích nebo o adrese patří dnes k základnímu servisu pro potencionální zákazníky. Pro ty to může být důležitým kritériem při výběru podniku.

Mapa 8: Webová prezentace stravovacích zařízení v jednotlivých obcích na Třeboňsku



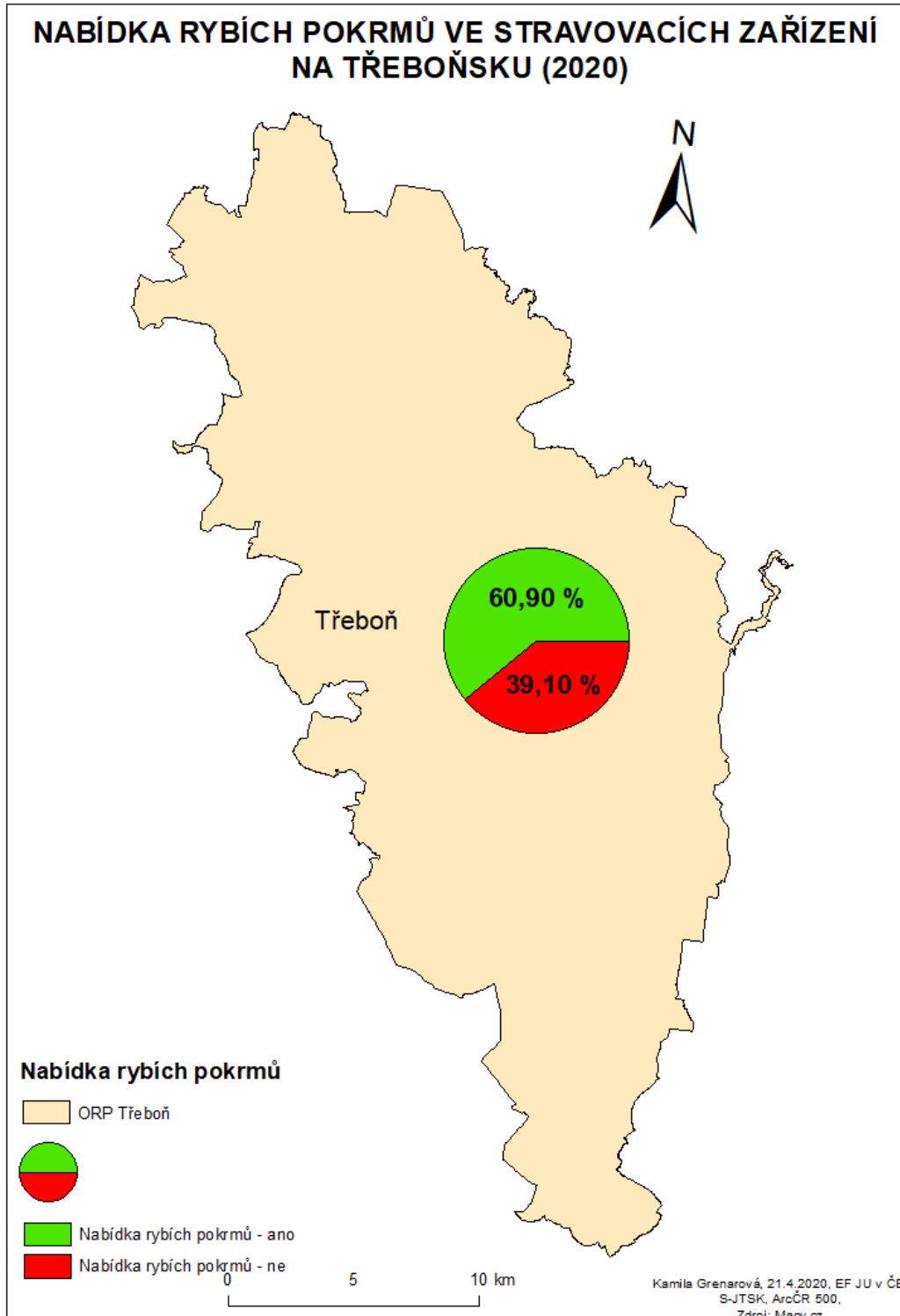
Zdroj: Vlastní zpracování

Mapa 8 představuje výsledky zkoumání, ve kterém se řešila webová prezentace stravovacích zařízení na Třeboňsku. Webové stránky svých stravovacích zařízení provozují jak vlastníci zařízení ve velkých městech, tak i v menších obcích.

Z provedené analýzy bylo zjištěno, že se restaurace staly nejpočetnějším typem stravovacích zařízení, když tomuto kritériu vyhovělo přes 40 z celkového počtu 78 restaurací. Méně početnějším typem se stalo pohostinství. Zde vyhovělo 11 podniků. Výsledek je podmíněn i počtem stravovacích zařízení v této oblasti. Na tomto území se totiž tyto dva typy nacházejí nejčastěji. V Třeboni převažuje nadpoloviční většina stravovacích zařízení, které provozují své vlastní webové stránky. Kritériu pouze v Třeboni vyhovělo 24 restaurací, 7 kaváren/cukráren, 2 pohostinství, 3 pizzerie a 3 občerstvení a 1 bar. Zbýlých 24 stravovacích zařízení nevyhovělo. Příznivý výsledek zkoumání vyšel také u obcí Klec, Ponědrážka, Záblatí, Smržov, Novosedly nad Nežárkou, Staňkov a Rapšach. Naopak v Českých Velenicích, v Lomnici nad Lužnicí a v Suchdole nad Lužnicí převažují zařízení bez webových stránek.

4.2.4 Nabídka rybích pokrmů ve stravovacích zařízeních na Třeboňsku

Mapa 9: Nabídka rybích pokrmů ve stravovacích zařízeních na Třeboňsku



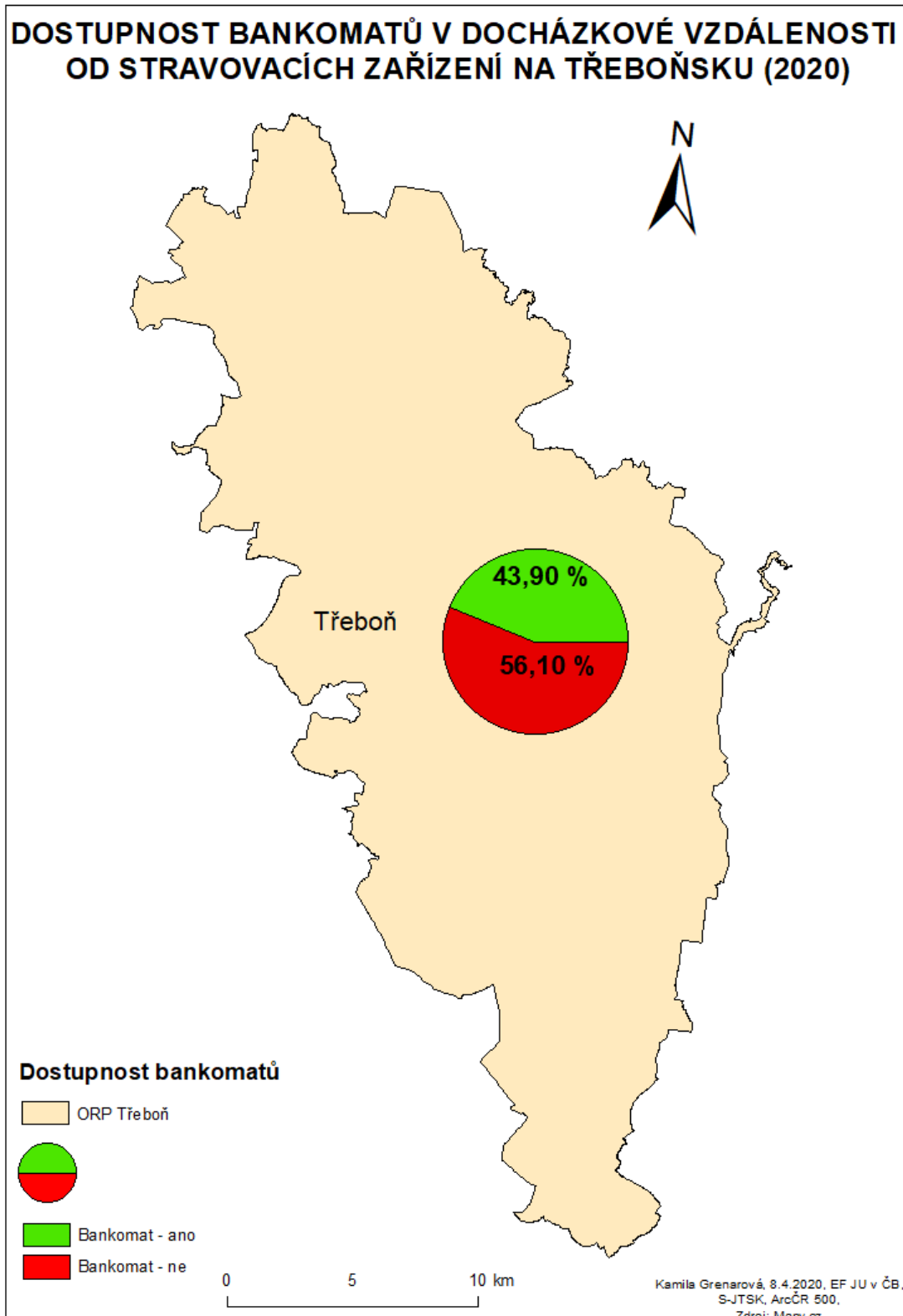
Zdroj: Vlastní zpracování

Třeboňsko je vyhlášené rybími specialitami. Třeboňský kapr je symbolem celé oblasti a pyšní se chráněným zeměpisným označením Evropské unie. Každoroční výlovy třeboňských ryb jsou hojně navštěvovanou kulturní akcí. Rybí maso se hodí na přípravu velmi chutných pokrmů. Mnoho turistů si právě na Třeboňsko jezdí vychutnat čerstvě vylovené ryby, které jsou v nabídce mnoha stravovacích podniků. Pro sběr dat tohoto výzkumu byly zařazeny restaurace, pohostinství a občerstvení. Naopak cukrárny, kavárny, bary, prodejny zmrzlin a vinotéky byly ze souboru dat vyřazeny z důvodu nabídky odlišného sortimentu.

Ve zkoumaném souboru tedy v konečném součtu zůstalo 133 zařízení. Z mapy 9 plyne, že více než polovina z těchto zařízení v nějaké formě rybí pokrmy nabízí, a to 60,90 %, což představuje 81 zařízení. Zde největší zastoupení měly především restaurace. Mezi zkoumanými zařízeními se nachází i přímo rybí restaurace. Opět největší zásluhu na tomto počtu mají restaurace, které jsou v Třeboni, Suchdole nad Lužnicí nebo v Chlumu u Třeboně. Zbylých 39,10 % zařízení překvapivě vzhledem ke specifčnosti této krajové speciality rybí pokrmy nenabízí.

4.2.5 Dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení na Třeboňsku

Mapa 10: Dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení na Třeboňsku

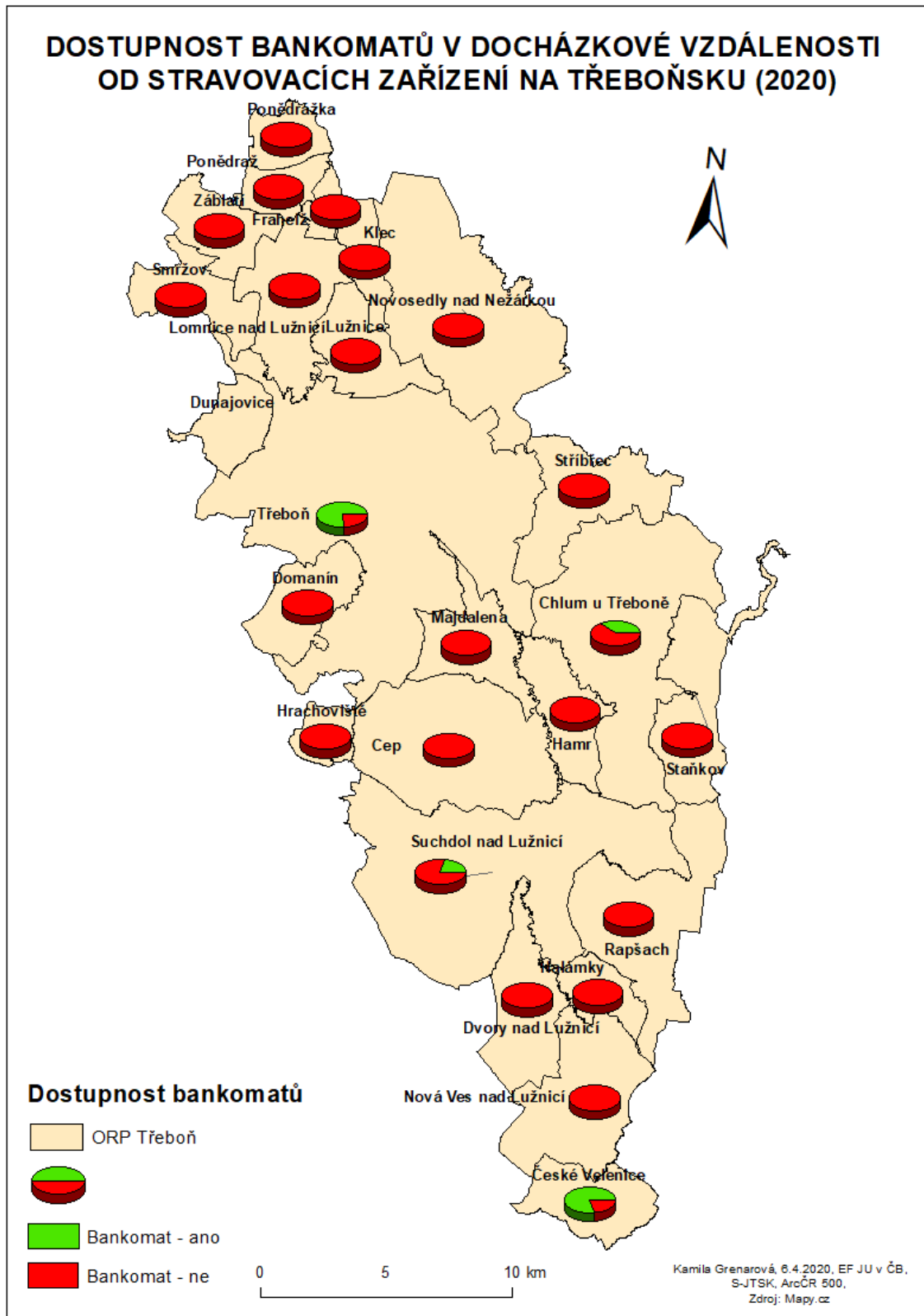


Zdroj: Vlastní zpracování

Dalším z kritérií analýzy stravovacích zařízení byla vybrána dostupnost bankomatů, které se nacházejí v docházkové vzdálenosti. Tato vzdálenost byla opět určena na 500 metrů tzv. vzdušnou čarou. Bankomaty byly vyhledávány pomocí internetové aplikace Mapy.cz, která informace o poloze bankomatů poskytuje. Mapa 10 popisuje výsledky tohoto zkoumání. Z celkového souboru 164 stravovacích zařízení vyhovělo tomuto kritériu 72 zařízení (43,90 %). Především se jednalo o stravovací zařízení ve větších městech, jako je Třeboň nebo České Velenice. Celkem 92 zařízení nemá bankomat v docházkové vzdálenosti, a to představuje 56,10 % z celkového souboru. Toto číslo je výrazně ovlivněné nedostupností bankomatů na vesnicích a v malých obcích.

Pro návštěvníky stravovacích zařízení se jedná o výhodu v případě, pokud dané zařízení nedisponuje možností platby kartou. V dnešní době již většina podniků tento způsob platby nabízí, ale není to vždy pravidlem. Zejména v malých zařízeních typu cukrárny, kavárny nebo v prodejnách zmrzlin se s tímto typem platby nemusíme setkávat. Naopak starší obyvatelstvo, které bývá velmi početně zastoupeno v počtu turistů právě na Třeboňsku, nemusí být na platbu kartou zvyklé a preferují platbu v hotovosti a tato skutečnost samozřejmě zvýhodňuje podniky, které ve své bezprostřední docházkové vzdálenosti bankomaty mají.

Mapa 11: Dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení v jednotlivých obcích na Třeboňsku



Zdroj: Vlastní zpracování

Z mapy číslo 11 vyplývá, že bankomaty se v docházkové vzdálenosti od stravovacích zařízení nachází hlavně ve městech jako je Třeboň nebo České Velenice, kde se počet stravovacích zařízení s dostupností bankomatů do 500 metrů objevoval vícekrát než počet stravovacích zařízení, které tyto možnost nemají. Ve sběru dat se především nacházely bankomaty ČSOB, České spořitelny, Komerční banky nebo MONETA Money Bank. V Suchdole nad Lužnicí a Chlumu u Třeboně se bankomaty zanesené na Mapy.cz objevují také, ale už ne v takové míře. Tento výsledek byl předpokládáný, neboť se bankomaty v malých městech nebo na vesnicích objevují zřídka, mnohdy vůbec. Naopak v Třeboni je bankomat nepostradatelným z pohledu cestovního ruchu. Převážně jsou bankomaty umístěny na Masarykově náměstí a v blízkém okolí. Při pohledu na celkové rozmístění bankomatů je možné konstatovat, že je v celém regionu značně nerovnoměrné. Samosprávy obcí a samotné banky by se měly zaměřit na pokrytí zejména severní části oblasti a na území mezi Chlumem u Třeboně a Českými Velenicemi.

4.3 SWOT analýza stravovacích zařízení na Třeboňsku

SWOT analýza je metoda, jejíž účelem je zhodnotit silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení. V této práci bude zaměřena na oblast Třeboňska z pohledu stravovacích zařízení. Výsledky vyplývající z této analýzy poskytují podklady pro formulaci možných doporučení pro rozvoj podnikatelské sféry.

4.3.1 Silné stránky

- **1) Dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras v ORP Třeboň –** Z předešlého zkoumání bylo zjištěno, že nadpoloviční většina všech zkoumaných stravovacích zařízení se nachází v dojezdové vzdálenosti od cyklotras, které prochází tímto územím. Pro stravovací zařízení je to výhodou z důvodu velké návštěvnosti cyklistů, a to především v letních měsících.
- **2) Tradiční rybí pokrmy –** Oblast Třeboňska je vyhlášená produkcí ryb. Mezi ty nejznámější patří kapr, candát, sumec či štika. Stravovací zařízení na

Třeboňsku se tak mohou pyšnit rybími specialitami, jako jsou kapří hranolky, kapr na černo, kapr podle Petra Voka nebo rožmberská štika.

- **3) Rovinatá krajina Třeboňska** – Rovinatý terén na Třeboňsku představuje vhodnou lokalitu pro aktivní dovolenou pro rodiny s malými dětmi, seniory či méně aktivní nebo zdatné sportovce. Tento vyhledávaný terén je ideální volbou pro cyklo i pěší turistiku. Turistický ruch zvyšuje návštěvnost stravovacích zařízení, které se zde nacházejí.

4.3.2 Slabé stránky

- **4) Nedostatečná návštěvnost stravovacích zařízení místními obyvateli v zimním období** – Největší návštěvnost na Třeboňsku je v letních měsících, v červenci a srpnu, kdy do této oblasti zavítá až několik desítek tisíc turistů. Většina aktivit je právě zaměřena na letní období (vodní sporty, cykloturistika). V období od listopadu do dubna není Třeboňsko z pohledu turistického ruchu tolik atraktivní a stravovací zařízení nevidují takový zájem o svou nabídku.
- **5) Dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení v ORP Třeboň** – Ze sběru dat a jeho následném vyhodnocení vyplynulo, že se v ORP Třeboň nevyskytuje velké množství bankomatů v dostatečné vzdálenosti od stravovacích zařízení a některé části regionu nejsou pokryty vůbec. Tento fakt může způsobovat nedostatek hotovosti při platbě v zařízeních, které nedisponují platebním terminálem.
- **6) Neexistence webových stránek stravovacích zařízení** – Z provedené analýzy zkoumaného souboru vychází, že více jak polovina stravovacích zařízení podnikajících v této oblasti nevlastní své internetové stránky. Zájemce o stravování není tedy dostatečně informován o samotné existenci zařízení, jejich nabídce, specialitách, příp. otevírací době, což se pro tyto podniky stává konkurenční nevýhodou. Současně Třeboňsko celkově znevýhodňuje oproti stejně konkurenčním turistickým destinacím.

4.3.3 Příležitosti

- **7) Výstavba ubytovacích zařízení vyšší třídy** – V oblasti Třeboňska je málo ubytovacích zařízení, které by měly statut vyšší třídy. Většina ubytovacích zařízení je zde určena především pro letní sezónu – například kempy a penziony. Je tedy otázkou, zdali by místní samosprávy, příp. větší investoři přilákaly výstavbou luxusních ubytovacích zařízení nové potenciální zákazníky i pro stravovací podniky.
- **8) Možnost využití zahraničních investorů ve stravovacích zařízení** – Sousedství Třeboňska s Rakouskem je příležitostí pro případné zahraniční investory, kteří by přispěli k rozšíření nabídky o pokrmy například evropské či asijské kuchyně. S jejich vstupem by mohli do této oblasti zamířit i noví zahraniční turisté a místním zákazníkům by to přineslo nové možnosti stravování.
- **9) Rozšíření kulturního programu ve vedlejší sezóně** – Návštěvnost Třeboně a celé oblasti by mohlo navýšit i cílené rozšíření nabídky kulturního života, které se nyní soustřeďuje téměř výhradně do období hlavní letní sezóny. To by postupně vyrovnávalo periodické rozdíly ve využití regionálních stravovacích zařízení.

4.3.4 Ohrožení

- **10) Nedostatečný počet hygienicky nezávadných vodních zdrojů a ploch vhodných ke koupání** – Stav vodních ploch na Třeboňsku neodpovídá hygienickým požadavkům po celou letní sezónu. Tento fakt představuje možná zdravotní rizika pro jejich uživatele. To podstatně snižuje jejich návštěvnost a zároveň i zájem o nabídku stravovacích zařízení.
- **11) Přehlnutá turistická lokalita v hlavní sezóně** – Letní měsíce přilákají tisíce turistů, kteří zde tráví své dovolené. Třeboňsko již delší dobu trpí značným turistickým ruchem, a proto řada turistů raději vyhledává klidnější

konkurenční oblasti. Tím se snižuje zájem o nabízené stravovací služby na Třeboňsku.

- **12) Konkurence stravovacích zařízení nacházející se v dojezdové vzdálenosti od ORP Třeboň** – Stravovací zařízení na Třeboňsku čelí konkurenci větších okolních měst, jako jsou například České Budějovice nebo Jindřichův, kde je mnohdy rozmanitější a pestřejší nabídka stravovacích služeb, což může u některých déle pobývajících návštěvníků hrát určitou roli.

4.3.5 Fullerův trojúhelník

Následujícím krokem bylo porovnání jednotlivých faktorů pomocí Fullerovy metody párového srovnání, který byl proveden z důvodu zjištění vah jednotlivých faktorů. Subjektivním posouzením těchto faktorů vznikl Fullerův trojúhelník, kam byly zaneseny všechny kombinace.

Tabulka 1: Fullerův trojúhelník

1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
		3	3	3	3	3	3	3	3	3
		4	5	6	7	8	9	10	11	12
			4	4	4	4	4	4	4	4
			5	6	7	8	9	10	11	12
				5	5	5	5	5	5	5
				6	7	8	9	10	11	12
					6	6	6	6	6	6
					7	8	9	10	11	12
						7	7	7	7	7
						8	9	10	11	12
							8	8	8	8
							9	10	11	12
								9	9	9
								10	11	12
									10	10
									11	12
										11
										12

Zdroj: Vlastní zpracování

Z Fullerova trojúhelníku byly vypočteny absolutní četnosti jednotlivých faktorů, které byly zapsány do tabulky 2 a následně byla spočtena váha každého faktoru. U těchto faktorů byl použit vzorec: (absolutní četnost / celkový počet) *100, kde výsledkem byla procentuální váha.

Tabulka 2: Absolutní četnosti jednotlivých faktorů

Číslo faktoru	Absolutní četnost	Váha
1	9	13,6 %
2	6	9,1 %
3	5	7,6 %
4	6	9,1 %
5	4	6,1 %
6	9	13,6 %
7	3	4,5 %
8	4	6,1 %
9	5	7,6 %
10	5	7,6 %
11	3	4,5 %
12	7	10,6 %
Celkem	66	100 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 3: Váhy jednotlivých faktorů

	NÁZEV FAKTORU	ČÍSLO FAKTORU	VÁHA FAKTORU
Silné stránky	Dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras v ORP Třeboň	1	13,6 %
	Tradiční rybí pokrmy	2	9,1 %
	Rovinatá krajina Třeboňska	3	7,6 %
Slabé stránky	Nedostatečná návštěvnost stravovacích zařízení místními obyvateli v zimním období	4	9,1 %
	Dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení v ORP Třeboň	5	6,1 %
	Neexistence webových stránek stravovacích zařízení	6	13,6 %
Příležitosti	Výstavba ubytovacích zařízení vyšší třídy	7	4,5 %
	Možnost využití zahraničních investorů ve stravovacích zařízení	8	6,1 %
	Rozšíření kulturního programu ve vedlejší sezóně	9	7,6 %
Ohrožení	Nedostatečný počet hygienicky nezávadných vodních zdrojů a ploch vhodných ke koupání	10	7,6 %
	Přeplněná turistická lokalita v hlavní sezóně	11	4,5 %
	Konkurence stravovacích zařízení nacházející se v dojezdové vzdálenosti od ORP Třeboň	12	10,6 %

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.6 Výsledky SWOT analýzy

Tabulka číslo 3 popisuje výsledky SWOT analýzy, ve kterých lze vyčíst název a číslo faktorů, příslušné zařazení mezi silnou nebo slabou stránku, ohrožení či příležitost a konečnou váhu jednotlivých zkoumaných faktorů.

Nejvýznamnější ze silných stránek je dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras v ORP Třeboň. Tato silná stránka dosáhla největšího počtu absolutních četností oproti dalším dvěma silným stránkám. Cykloturistika je neodmyslitelnou součástí Třeboňska. Cyklisté představují pro stravovací zařízení výrazný finanční zdroj.

Nejvýznamnější ze slabých stránek je neexistence webové prezentace stravovacích zařízení. Pro podniky, které webové stránky nevlastní, se jedná o značnou nevýhodu oproti svým konkurentům v celé oblasti.

Nejvýznamnější příležitostí je rozšíření kulturního programu i v měsících vedlejší sezóny. Oblast je přizpůsobena především letním venkovním aktivitám – cyklistice a pěší turistice. Rozšíření kulturního programu ve vedlejší sezóně by mohlo vést ke zvýšení návštěvnosti města i zájmu o stravovací zařízení.

Nejvýznamnější ohrožením se stala konkurence stravovacích zařízení nacházející se v dojezdové vzdálenosti od ORP Třeboň. Konkurence ve stravovacích službách je silná a stravovací služby v Třeboňsku mohou pociťovat eventuální konkurenci z větších měst jako jsou České Budějovice a Jindřichův Hradec.

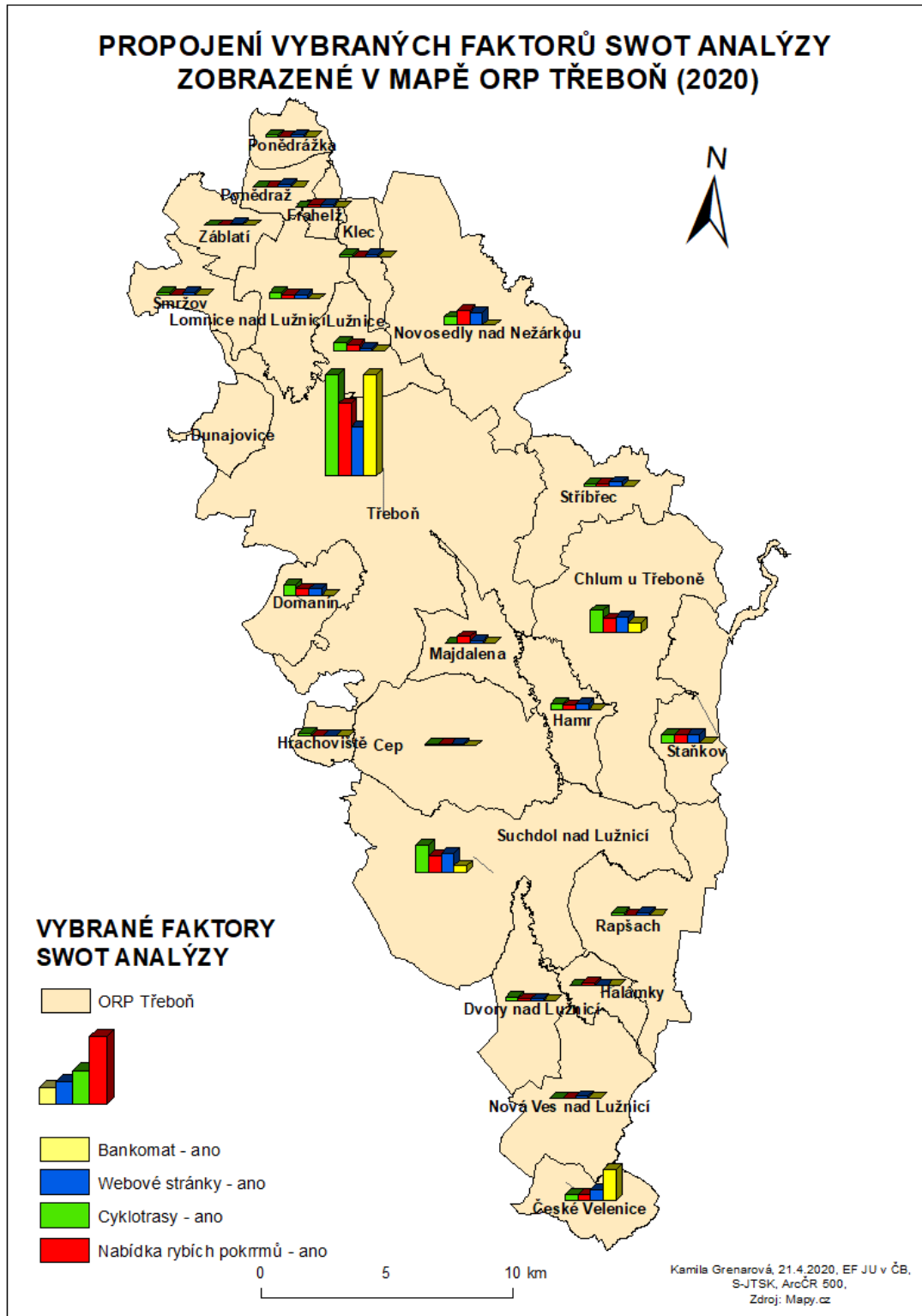
- Silné stránky - 30,3 %
 - Slabé stránky - 28,8 %
 - Příležitosti - 18,2 %
 - Ohrožení - 22,7 %
-
- Strategie SO „využití“ - 48,5 %
 - Strategie WO „hledání“ - 47,0 %
 - Strategie ST „konfrontace“ - 53,0 %
 - Strategie WT „vyhýbání“ - 51,5 %

Strategie ST

Součtem silných stránek a ohrožení v této SWOT vyšla strategie ST s nejvyšším procentuálním počtem. Strategie „konfrontace“ využívá své silné stránky, aby odvrátila možné ohrožení. V tomto případě se jedná o dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras v ORP Třeboň, tradiční rybí pokrmy a rovinatou krajinu Třeboňska. Všechny tyto tři silné stránky se snaží odvrátit ohrožení v podobě možného negativního dopadu na nedostatečný počet hygienicky nezávadných vodních zdrojů a ploch vhodných ke koupání, přeplněnou turistickou lokalitu v hlavní sezóně a konkurenci stravovacích zařízení nacházející se v dojezdové vzdálenosti od ORP Třeboň.

4.3.7 Zhodnocení a doporučení pro podnikatelskou sféru

Mapa 12: Propojení vybraných faktorů SWOT analýzy zobrazené v mapě ORP Třeboň



Zdroj: Vlastní zpracování

Mapa číslo 12 zobrazuje pomocí sloupcových grafů propojení čtyř faktorů použitých ve SWOT analýze. Prvním sledovaným kritériem byla dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras v ORP Třeboň, dále nabídka tradičních rybích pokrmů, dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení a webová prezentace jednotlivých stravovacích zařízení na Třeboňsku.

Dostupnost cyklotras je zastoupena zelenou barvou, tato silná stránka má převládající zastoupení ve většině obcí nacházející se v ORP Třeboň. Největší zastoupení se objevuje v Třeboni, Chlumu u Třeboně a Suchdole nad Lužnicí, kde se nachází i nejvíce stravovacích zařízení, a proto jsou sloupce grafů v těchto městech nejvyšší. Velikost sloupců je tedy závislá na počtu zařízení, které se v jednotlivých obcích nachází.

Dostupnost bankomatů v docházkové vzdálenosti od stravovacích zařízení zastupuje žlutý sloupec, který se vyskytuje především v Třeboni, kde se nachází podstatná část všech bankomatů v regionu. Dále se bankomaty objevují ve větší míře v Českých Velenicích, v Chlumu u Třeboně a v Suchdole nad Lužnicí. V ostatních obcích není tato služba umožněna.

Rybí speciality, rybolov a rybníky se řadí mezi nejznámější symboly celé lokality. Nabídku rybích pokrmů poskytují restaurace a ostatní typy stravovacích zařízení rozmístěných po celém regionu Třeboňska. Pro hodnocení tohoto měřítka byla vybrána stravovací zařízení typu restaurace, pohostinství a občerstvení. Z celkového pohledu nabízí rybí pokrmy nadpoloviční většina všech zařízení.

Posledním zkoumaným kritériem je existence webové prezentace jednotlivých zařízení. Z podnikatelského pohledu se jedná o důležitý marketingový počín současné doby, kterým se jednotlivé podniky snaží upoutat účastníky cestovního ruchu.

V Třeboni se nachází celkem 64 stravovacích zařízení, což představuje největší podíl stravovacích zařízení v celé oblasti. Převládají zde podniky, které se nacházejí v blízkosti cyklotras i bankomatů. Překvapivě se zde nachází větší množství zařízení, která nemají webové stránky. Nižší počet podniků s nabídkou rybích pokrmů je zapříčiněn vyřazením podniků, které nabízejí odlišný sortiment (cukrárny, bary, kavárny). Dalším městem s větším souborem zkoumaných dat byl Suchdol nad Lužnicí, Z mapy vyplývá, že se zde nachází více podniků v blízkosti cyklotras, naopak méně

zařízení vlastní webové stránky, nebo poskytuje rybí pokrmy. I v Chlumu u Třeboně převládají podniky, které se nachází v nedaleké blízkosti od cyklotras. Menší část z těchto podniků nabízí rybí speciality nebo provozuje webové stránky. Stravovací zařízení v Českých Velenicích mají naopak výhody dostupných bankomatů. Jen menší část podniků provozuje webovou prezentaci a nabízí tradiční třeboňské rybí pokrmy. Dalším handicapem je i to, že se mnoho z nich nenachází poblíž cyklotras.

S pomocí Fullerovy metody párového srovnání vyšla nejvýznamnější silnou stránkou dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras. Možným doporučením pro zájemce, kteří chtějí nově podnikat na tomto území, je výběr správné polohy nového zařízení. Tento faktor může být jedním z předpokladů úspěšného provozování stravovacího zařízení. Například v Majdaleně se nenachází žádné stravovací zařízení, které by svou polohou toto kritérium splňovalo. Naopak v okolním Cepu, Chlumu u Třeboně nebo v samotné Třeboni je těchto typu zařízení většina. Obcemi, kde se nenachází žádné zařízení v blízkosti cyklotras, jsou také Halámky a Stříbřec.

Celé Třeboňsko je především známé chovem ryb a rybí speciality jsou v této lokalitě hojně vyhledávaným pokrmem. Provozovatelé mohou tedy využít výhodu, kdy svým zákazníkům mohou podávat čerstvé krajové rybí speciality. Stravovací podniky doposud nenabízející rybí pokrmy by mohly využít lokálních surovin a rybí pokrmy do své nabídky zařadit. Návštěvníci Třeboňska totiž tyto produkty požadují a v případě volby mohou zákazníci upřednostňovat zařízení, které má tuto nabídku zařazenou ve svém jídelním lístku.

V neposlední řadě jsou důležitým marketingovým počinem webové prezentace, které informují možné budoucí zákazníky o otevírací době, jídelní a nápojové nabídce nebo mohou poskytnou fotografie a recenze účastníků, kteří již daný podnik navštívili. Konkurence v tomto odvětví je silná a každý detail může být rozhodujícím faktorem při rozhodování zákazníka, které ze stravovacích zařízení navštíví. Proto je jasným doporučením zřízení těchto webových stránek pro podniky, které ještě tak neučinily.

5. Závěr

Hlavním cílem mé bakalářské práce byla analýza a zhodnocení současného stavu stravovacích zařízení na Třeboňsku a navržení možných doporučení pro podnikatelskou sféru. Toto posouzení bylo provedeno pomocí sběru dat a vybrané analýzy.

Pro grafickou prezentaci výsledků sběru dat byly vytvořeny mapy dané lokality v ArcMap a také StoryMapa, která slouží pro interaktivní ukázkou rozmístění stravovacích zařízení. Významným bodem celé práce bylo spojení sběru dat zobrazených ve vytvořených mapách se SWOT analýzou.

Bylo potvrzeno, že oblast ORP Třeboň nabízí velké množství stravovacích zařízení různé klasifikace. Na základě provedené analýzy bylo zjištěno, že se v této oblasti nejčastěji vyskytují stravovací zařízení typu restaurací, které jsou obecně nejrozsáhlejšími. Dále z analýzy vyplývá, že se nadpoloviční většina všech zkoumaných stravovacích zařízení nachází v dojezdové vzdálenosti od cyklotras, které daným územím prochází. Rybí pokrmy jsou pro Třeboňsko charakteristickým symbolem, a přesto tento druh pokrmů téměř polovina restaurací nenabízí. Dalším závěrem je skutečnost, že více než polovina současných stravovacích zařízení se nenachází v docházkové vzdálenosti od bankomatů a podobný počet nemá k dispozici své webové stránky.

Zjištěné poznatky z předchozí části práce napomohly vytvořit SWOT analýzu určenou pro stravovací zařízení v ORP Třeboň. Pro jednotlivé faktory silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení byly vypočteny jejich váhy a poté vzešla výsledná strategie ST „konfrontace“. Tato strategie využívá své silné stránky k odvrácení možných ohrožení.

Na závěr práce byla navržena doporučení pro podnikatelskou sféru v oblasti stravování na daném území. Možná zlepšení pro již existující stravovací zařízení představují zavedení nabídky rybích specialit a vytvoření webových stránek určené pro prezentaci nabízených služeb. Při výstavbě nových stravovacích zařízení by měl být brán zřetel na polohu již zřízených cyklotras, které jsou lákadlem pro turisty.

Historie lázeňství a s ním spojené turistiky sahá na Třeboňsku hluboko do minulosti a v posledních letech se stalo významným turistickým centrem v jižní části České republiky. Pokud si má tuto pozici i nadále udržet a případně ji dál posilovat, je

nutné se zaměřit i na tak významnou část turistického ruchu jako je rozvoj nabízených stravovacích služeb. Ze závěrů mé práce vyplývá, že v komplexním pohledu na celý region dochází k určité stagnaci ve snaze vyrovnat se standardu. V mé práci je tedy poukázáno jak na silné stránky, které region zvýhodňují oproti svým konkurentům, tak jsou podchyceny i slabé stránky a nedostatky, které by mohly sloužit místním samosprávám a podnikatelské sféře k zamyšlení a dalšímu rozvoji Třeboňska.

Vytvořená StoryMapa k této bakalářské práci je k dispozici na webové stránce:
<https://www.arcgis.com/apps/StoryMapBasic/index.html?appid=611326e9e3dd4924ba0aff1667b942c8>

I. Summary

Protected landscape area Třeboňsko is a well-known region for its ponds, forests, fish farming and birds areas therefore it is a highly sought region, particularly by businessman. The goal of this bachelor thesis is to analyse and evaluate the current situation of catering facilities in the Třeboňsko region in South Bohemia. The collected data in this thesis and their subsequent analysis is used for evaluating the current situation of these catering facilities. Published literature and other studies are used to classify these catering facilities, just as the Geographic Information System – GIS is applied to further clarify its location. The results of the current economic situation of catering facilities in Třeboňsko region are carried out by using analysis of strategical methods which are assessed from the external, local environment point of view. Consequently, possible recommendations suggested in this thesis address the needs for this business community.

Key words: catering facilities, Třeboňsko area, GIS, strategic management

II. Seznam použitých zdrojů

- Foot, Hatt. In: Jakubíková D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Goeldner, Ch. R., & Brent Ritchie, J. R. (2009). *Tourism*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hesková, M. (2011). *Cestovní ruch – pro vyšší odborné školy a vysoké školy (Sv.2)*. Praha: Fortuna
- Horáková, H. (2014). *Marketingové strategie*. Praha: IDEA SERVIS
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (1996). *Marketing Tourism, Hospitality and Leisure in Europe*. London: International Thomson Business Press
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing management*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Marketing*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Kotler, P., Wang, V., Saunders, J., & Armstrong G. (2007) *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Lehtinen, J. R. (2007). *Řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Malá, V. (1999). *Cestovní ruch – vybrané kapitoly*. Praha: Vysoká škola ekonomická
- Asociace hotelů a restaurací ČR*. (2020). Dostupné z: <https://www.ahrcr.cz/o-asociaci/>
- O Restu – nejčastější dotazy*. (2020). Dostupné z: <https://www.restu.cz/nejcastejsi-dotazy/>
- Orieška, J. (1999). *Technika služeb*. Praha: IDEA SERVIS
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: IDEA SERVIS
- Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing a.s.

Tichá, I., & Hron, J. (2010). *Strategické řízení*. Praha: Reprografické studio PEF ČZU

Tuček, J. (1998). *Geografické informační systémy – principy a praxe*. Praha: Computer Press

Vašítková, M. (2008). *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing a.s.

Zamazalová, M. (2010). *Marketing* (Sv. 2 přepracované vydání). Praha: C. H. Beck

III. Seznam podpůrných materiálů

Seznam obrázků

Obrázek 1: Kategorizace stravovacích služeb	14
Obrázek 2: SWOT matice.....	19
Obrázek 3: Cestovní ruch	20

Seznam map

Mapa 1: Vymezení ORP Třeboň v České republice.....	27
Mapa 2: ORP Třeboň.....	27
Mapa 3: Kategorizace současných stravovacích zařízení v ORP Třeboň	30
Mapa 4: Kategorizace současných stravovacích zařízení v jednotlivých obcích na Třeboňsku	32
Mapa 5: Dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras na Třeboňsku.....	34
Mapa 6: Dostupnost stravovacích zařízení v blízkosti cyklotras v jednotlivých obcích na Třeboňsku	36
Mapa 7: Webová prezentace jednotlivých stravovacích zařízení na Třeboňsku	38
Mapa 8: Webová prezentace stravovacích zařízení v jednotlivých obcích na Třeboňsku	40
Mapa 9: Nabídka rybích pokrmů ve stravovacích zařízení na Třeboňsku	42
Mapa 10: Dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení na Třeboňsku	44
Mapa 11: Dostupnost bankomatů od stravovacích zařízení v jednotlivých obcích na Třeboňsku	46
Mapa 12: Propojení vybraných faktorů SWOT analýzy zobrazené v mapě ORP Třeboň	55

Seznam tabulek

Tabulka 1: Fullerův trojúhelník	50
Tabulka 2: Absolutní četnosti jednotlivých faktorů	51
Tabulka 3: Váhy jednotlivých faktorů	52

IV. Seznam příloh

Příloha 1: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 1.část	4
Příloha 2: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 2. část	5
Příloha 3: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 3. část	6
Příloha 4: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 4.část	7
Příloha 5: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 5. část	7

Příloha 1: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 1.část

Název	Název obce	GPS stravovacího zařízení	Kategorizace
Cepská hospoda	Cep	48.9195786N, 14.8067608E	Pohostinství
Restaurace u Kohouta	České Velenice	48.7733231N, 14.9771033E	Restaurace
BEST PRIVACY s.r.o.	České Velenice	48.7726631N, 14.9754247E	Pohostinství
China Restaurant	České Velenice	48.7688142N, 14.9693642E	Restaurace
Cukrárna Pětidomí 612	České Velenice	48.7689553N, 14.9682664E	Cukrárna, Kavárna
Jiří Mikl	České Velenice	48.7685242N, 14.9671411E	Pohostinství
Hostinec U Kostela	České Velenice	48.7690697N, 14.9656478E	Restaurace
Restaurace třída Čsl. legií 269	České Velenice	48.7674256N, 14.9669494E	Restaurace
LOOKY-STAR, s.r.o.	České Velenice	48.7674256N, 14.9664172E	Restaurace
Nem Viet	České Velenice	48.7670250N, 14.9665642E	Restaurace
Viet House	České Velenice	48.7670783N, 14.9657450E	Restaurace
Blue Bar	České Velenice	48.7668800N, 14.9662792E	Bar
Cukrárna Tomasko	České Velenice	48.7666589N, 14.9660758E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace Henry	České Velenice	48.7665292N, 14.9659578E	Restaurace
Café Restaurant	České Velenice	48.7660256N, 14.9655236E	Restaurace
Walhalla	České Velenice	48.7615586N, 14.9545708E	Bar
Restaurace Na Nádraží	České Velenice	48.7698669N, 14.9576511E	Restaurace
Restaurace U Čalků	České Velenice	48.7688294N, 14.9643678E	Restaurace
El Dorado	České Velenice	48.7718544N, 14.9736806E	Bar
Rychlé občerstvení Revoluční 206	České Velenice	48.7693292N, 14.9589731E	Občerstvení
KIOSEK U HROBKÝ	Domanín	48.9948958N, 14.7691458E	Občerstvení
U Amálky	Domanín	48.9922792N, 14.7647114E	Restaurace
U Rozboudů	Domanín	48.9729272N, 14.7389928E	Restaurace
Jihočeská hospůdka	Domanín	48.9714661N, 14.7414350E	Pohostinství
Domanínská hospoda	Domanín	48.9716072N, 14.7388097E	Pohostinství
Občerstvení Dvory nad Lužnicí	Dvory nad Lužnicí	48.8434600N, 14.8895092E	Občerstvení
Restaurace Dvory nad Lužnicí 10	Dvory nad Lužnicí	48.8637314N, 14.8818189E	Restaurace
U Charvátů	Dvory nad Lužnicí	48.8525239N, 14.9015981E	Pohostinství
Hospůdka Frahelž	Frahelž	49.1166153N, 14.7330819E	Pohostinství
Non stop bar Halámky	Halámky	48.8550644N, 14.9129342E	Bar
Restaurace U Jakuba	Halámky	48.8518294N, 14.9170808E	Restaurace
Restaurace Kosky	Hamr	48.9538881N, 14.8791894E	Restaurace
Restaurace U Aleše	Hamr	48.9479483N, 14.9120731E	Restaurace
Káva od cesty	Hamr	48.9490281N, 14.9122525E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace PetAndy	Hamr	48.9520722N, 14.9118767E	Restaurace
Obecní hospůdka Hrachoviště	Hrachoviště	48.9286461N, 14.7743978E	Pohostinství
Restaurace Zájezek	Chlum u Třeboně	48.9531897N, 14.9166547E	Restaurace
Martin Šťastný	Chlum u Třeboně	48.9606819N, 14.9485894E	Pohostinství

Příloha 2: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 2. část

Název	Název obce	GPS stravovacího zařízení	Kategorizace
Marie Němcová	Chlum u Třeboně	48.9580881N, 14.9438192E	Pohostinství
Rybářské a cyklistické centrum - Bistro Terasa na Vyhliďce	Chlum u Třeboně	48.9591408N, 14.9355831E	Občerstvení
Restaurace Na Poště	Chlum u Třeboně	48.9588167N, 14.9337358E	Restaurace
CUKRÁRNA PROTORTE	Chlum u Třeboně	48.9583131N, 14.9322767E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace Třeboňská 374	Chlum u Třeboně	48.9576378N, 14.9307786E	Restaurace
Hospůdka U Řezníka	Chlum u Třeboně	48.9614678N, 14.9258775E	Pohostinství
Camping Sever	Chlum u Třeboně	48.9644394N, 14.9373397E	Pohostinství
Pizza u babičky	Chlum u Třeboně	49.0064431N, 14.9384556E	Pizza
Medová Hospůdka	Chlum u Třeboně	49.0059700N, 14.9381522E	Pohostinství
Hospoda Na návsi	Chlum u Třeboně	49.0009614N, 14.9160939E	Pohostinství
Gril a Bar Bouda	Chlum u Třeboně	48.9587517N, 14.9343500E	Restaurace
Penzion U Kačerů	Klec	49.1042061N, 14.7490797E	Pohostinství
Restaurace Na Hradě	Lomnice nad Lužnicí	49.0806314N, 14.7158414E	Restaurace
Rybí restaurace Bohemia	Lomnice nad Lužnicí	49.0808753N, 14.7176256E	Restaurace
Restaurace Eden	Lomnice nad Lužnicí	49.0868186N, 14.7236700E	Restaurace
Restaurace Papírna	Lomnice nad Lužnicí	49.0866128N, 14.7299556E	Restaurace
Hospoda Na Rychtě	Lomnice nad Lužnicí	49.0826417N, 14.7180947E	Pohostinství
Občerstvení na kopečku	Lužnice	49.0659408N, 14.7541447E	Občerstvení
Občerstvení v kempu Lužnice	Lužnice	49.0631942N, 14.7599297E	Občerstvení
Restaurace Ponorka	Lužnice	49.0601386N, 14.7554711E	Restaurace
Rožmberský sklípek	Lužnice	49.0574608N, 14.7530031E	Restaurace
Hostinec U Pilaře	Majdalena	48.9481697N, 14.8788614E	Pohostinství
Hostinec Pod Dubem	Majdalena	48.9557839N, 14.8649503E	Pohostinství
Občerstvení u Dunaje	Majdalena	48.9658317N, 14.8660269E	Občerstvení
Restaurace Nová Ves nad Lužnicí 30	Nová Ves nad Lužnicí	48.8313828N, 14.9179258E	Restaurace
Lady bar	Nová Ves nad Lužnicí	48.8299483N, 14.9182158E	Bar
MOTOREST Alena Plchová	Nová Ves nad Lužnicí	48.8112297N, 14.9237308E	Restaurace
Kiosek - kemp Mláka	Novosedly nad Nežárkou	49.0599214N, 14.8563233E	Občerstvení
Restaurace Koliba	Novosedly nad Nežárkou	49.0594672N, 14.8540317E	Restaurace
Vinárna	Novosedly nad Nežárkou	49.0800361N, 14.8229808E	Vinárna
Restaurace Myslivna	Novosedly nad Nežárkou	49.0916939N, 14.7874203E	Restaurace
Restaurace u Pavla	Novosedly nad Nežárkou	49.0921019N, 14.7888583E	Restaurace
Bistro na Zastávce	Novosedly nad Nežárkou	49.0825767N, 14.8192683E	Občerstvení
Restaurace hotelu Nežárka	Novosedly nad Nežárkou	49.0850447N, 14.8542689E	Restaurace
Občerstvení Novosedly nad Nežárkou	Novosedly nad Nežárkou	49.0782089N, 14.8296386E	Občerstvení
Hostinec Ponědraž	Ponědraž	49.1158675N, 14.7017317E	Pohostinství
Občerstvení Měruše, s.r.o.	Ponědražka	49.1466025N, 14.7175761E	Občerstvení

Příloha 3: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 3. část

Název	Název obce	GPS stravovacího zařízení	Kategorizace
Restaurace U Irský žízň	Rapšach	48.8787994N, 14.9342461E	Restaurace
Smržovská hospoda	Smržov	49.0768203N, 14.6864119E	Pohostinství
Restaurace U Sandokana	Staňkov	48.9627647N, 14.9535056E	Restaurace
Restaurace U Sumečka	Staňkov	48.9762000N, 14.9527625E	Restaurace
Kiosek OASA	Staňkov	48.9787178N, 14.9584817E	Občerstvení
Restaurace U Trpaslíka	Staňkov	48.9788742N, 14.9533833E	Restaurace
Restaurace Za Humny	Stříbrec	49.0214844N, 14.9289464E	Restaurace
Hostinec Libořezy	Stříbrec	49.0251581N, 14.9310131E	Pohostinství
Hospoda Stříbrec	Stříbrec	49.0291214N, 14.9139794E	Pohostinství
Pohostinství Stříbrec	Stříbrec	49.0308839N, 14.8779650E	Pohostinství
Restaurace U Kaprů	Suchdol nad Lužnicí	48.8879281N, 14.8745214E	Restaurace
Pizzerie Panský šenk	Suchdol nad Lužnicí	48.8905144N, 14.8894692E	Pizza
Restaurace The Rock Bar	Suchdol nad Lužnicí	48.8908194N, 14.8891114E	Restaurace
Kiosek u Jezera	Suchdol nad Lužnicí	48.8986931N, 14.9036056E	Občerstvení
Hostinec u Františka Šnokhause	Suchdol nad Lužnicí	48.8942375N, 14.9389200E	Pohostinství
Hospoda U Dračice	Suchdol nad Lužnicí	48.8947067N, 14.9376392E	Pohostinství
Hospoda u kapličky	Suchdol nad Lužnicí	48.9061775N, 14.9135922E	Pohostinství
U PÍSKOVNY, spol. s r.o.	Suchdol nad Lužnicí	48.9030992N, 14.8983842E	Občerstvení
Občerstvení v kempu Vodácká Základna	Suchdol nad Lužnicí	48.9070319N, 14.8891956E	Občerstvení
Hostinec U Jezárka	Suchdol nad Lužnicí	48.9046631N, 14.8817911E	Pohostinství
Cafe Cinema Bar & restaurant	Suchdol nad Lužnicí	48.8958244N, 14.8816547E	Restaurace
U Růženky	Suchdol nad Lužnicí	48.8877944N, 14.8747978E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace U Pávků	Suchdol nad Lužnicí	48.8897858N, 14.8763122E	Restaurace
Hospoda v kempu	Suchdol nad Lužnicí	48.8950425N, 14.9180650E	Pohostinství
Sportkemp Doubí	Třeboň	48.9858397N, 14.7766847E	Občerstvení
Restaurace Mlýnský Dvůr	Třeboň	48.9853631N, 14.7813769E	Restaurace
Restaurace U Emy Destinové	Třeboň	49.0345344N, 14.8629636E	Restaurace
Rožmberská hospůdka & penzion	Třeboň	49.0385247N, 14.8154858E	Pohostinství
Hospoda U Pytláka	Třeboň	49.0387000N, 14.8149567E	Pohostinství
Restaurace Pergola u Sv.Víta	Třeboň	49.0214119N, 14.7802886E	Restaurace
Zmrzlina Zahradní 1076	Třeboň	49.0096703N, 14.7899808E	Zmrzlina
Stop Cafe	Třeboň	49.0120086N, 14.7880325E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace Pod Kopečkem	Třeboň	49.0106583N, 14.7844039E	Restaurace
Kiosek Radler	Třeboň	49.0128289N, 14.7837161E	Občerstvení
Řízková restaurace Kopretina	Třeboň	49.0063019N, 14.7735308E	Restaurace
Restaurace Melodie	Třeboň	49.0054703N, 14.7742997E	Restaurace
Bistro U Kapra	Třeboň	49.0039939N, 14.7732850E	Občerstvení
Restaurace Adéla	Třeboň	49.0059203N, 14.7708969E	Restaurace

Příloha 4: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 4.část

Název	Název obce	GPS stravovacího zařízení	Kategorizace
TOP-SPIN pizza restaurant	Třeboň	49.0059203N, 14.7708969E	Pizza
Restaurace Šupina	Třeboň	49.0019989N, 14.7705344E	Restaurace
Restaurace Šupinka	Třeboň	49.0021972N, 14.7702903E	Restaurace
Restaurace Bílý jednorozec	Třeboň	49.0027314N, 14.7712250E	Restaurace
Restaurace U zámku	Třeboň	49.0029183N, 14.7707511E	Restaurace
Restaurace Galerie Třeboň	Třeboň	49.0032044N, 14.7723589E	Restaurace
Hotelové restaurace Myslívna	Třeboň	49.0034408N, 14.7726136E	Restaurace
Figar's Wine & Café Bar	Třeboň	49.0037650N, 14.7726039E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace Beseda	Třeboň	49.0033722N, 14.7720214E	Restaurace
Rožmberská bašta	Třeboň	49.0031281N, 14.7713986E	Restaurace
Pekárna v obchodním centru	Třeboň	49.0034333N, 14.7705011E	Cukrárna, Kavárna
Bertíkova cukrárna	Třeboň	49.0034333N, 14.7705011E	Cukrárna, Kavárna
Občerstvení u OD U Bílého beránka	Třeboň	49.0034333N, 14.7705011E	Občerstvení
Krčma U Kellyho	Třeboň	49.0034142N, 14.7692147E	Pohostinství
Bar Hvězda	Třeboň	49.0035858N, 14.7707461E	Bar
Restaurace Zdejší kuchyně	Třeboň	49.0035858N, 14.7707461E	Restaurace
Bufet na rynku	Třeboň	49.0035858N, 14.7707461E	Občerstvení
Čajovna u Vikinga	Třeboň	49.0044022N, 14.7723142E	Cukrárna, Kavárna
Cafe Pokrok	Třeboň	49.0043639N, 14.7722178E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace U Míšků	Třeboň	49.0050544N, 14.7709264E	Restaurace
Kavárna a cukrárna Pohádka	Třeboň	49.0046578N, 14.7711964E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace Bílý koníček	Třeboň	49.0043219N, 14.7715472E	Restaurace
Restaurace U kamenné studny	Třeboň	49.0040664N, 14.7704314E	Restaurace
Restaurace Vratislavský dům	Třeboň	49.0038758N, 14.7699556E	Restaurace
Restaurace U Draka	Třeboň	49.0041772N, 14.7698325E	Restaurace
Sahara fast food	Třeboň	49.0043450N, 14.7693511E	Občerstvení
Steak & Café	Třeboň	49.0067214N, 14.7678433E	Restaurace
Pekařství a kavárna Dékáčko	Třeboň	49.0041503N, 14.7611047E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace U Slunce	Třeboň	49.0047456N, 14.7610942E	Restaurace
Kavárna BONTRE	Třeboň	49.0045928N, 14.7600022E	Cukrárna, Kavárna
Rybářská bašta	Třeboň	49.0004997N, 14.7582558E	Restaurace
Penzion Maxim - Restaurace	Třeboň	49.0036239N, 14.7618044E	Restaurace
Pizzerie Maxim	Třeboň	49.0036239N, 14.7618044E	Pizza
Plzeňská restaurace	Třeboň	49.0037422N, 14.7608547E	Restaurace
Ivana Pokorná	Třeboň	49.0043983N, 14.7583103E	Vinárna
Petr Mikeš	Třeboň	49.0042533N, 14.7567014E	Restaurace
Restaurace Rondo	Třeboň	49.0019761N, 14.7568503E	Restaurace

Příloha 5: Seznam zkoumaných stravovacích zařízení na Třeboňsku - 5. část

Název	Název obce	GPS stravovacího zařízení	Kategorizace
Restaurace Daskabát	Třeboň	49.0059739N, 14.7551297E	Restaurace
Pizza restaurant Oregano	Třeboň	49.0074958N, 14.7574225E	Pizzerie
Restaurace U Třeboňského kola	Třeboň	49.0062753N, 14.7579050E	Restaurace
Kavárna Babeta	Třeboň	49.0045053N, 14.7550925E	Cukrárna, Kavárna
Restaurace Na rybníčku	Třeboň	49.0051614N, 14.7580758E	Restaurace
Pekařství a kavárna Dékáčko	Třeboň	49.0102883N, 14.7596072E	Cukrárna, Kavárna
Bistro Dílna	Třeboň	49.0139314N, 14.7568856E	Občerstvení
Obecní Hostinec	Třeboň	49.0191994N, 14.7424661E	Pohostinství
Restaurace u Třeboně	Třeboň	49.0179633N, 14.7368717E	Restaurace
Restaurace Dvorce	Třeboň	49.0010261N, 14.7291928E	Restaurace
Obecní hostinec Přeseka	Třeboň	49.0405122N, 14.7308550E	Pohostinství
Restaurace Na Návsí	Záblatí	49.1066169N, 14.6859197E	Restaurace