

Obsah

Úvod	8
1 Literární přehled	10
1.1 Literární rešerše	10
1.2 Vymezení základních pojmů	16
1.3 Lázeňství	18
1.4 Dějiny lázeňství v ČR	18
1.5 Lázeňská péče v současnosti.....	20
1.6 Lázeňství v číslech.....	21
1.7 Legislativní rámec lázeňství	23
1.8 Zájmové organizace v lázeňství.....	24
1.8.1 Svaz léčebných lázní ČR	24
1.8.2 Sdružení lázeňských míst ČR	26
1.9 Dějiny lázeňství v Třeboni.....	26
1.10 Vymezení základních pojmů v lázeňství	27
2 Cíle a použitá metodika	29
2.1 Cíle.....	29
2.2 Použitá metodika.....	29
3 Situační analýza	31
3.1 Jižní Čechy.....	31
3.2 Charakteristika oblasti Třeboňska	32
3.3 Životní prostředí	33
3.4 Dopravní dostupnost	34
3.5 Druhy a formy cestovního ruchu na Třeboňsku	35
3.6 Význam lokality.....	36
3.7 Strategie rozvoje cestovního ruchu Třeboňska.....	37
3.8 SWOT analýza Třeboňska	40
3.9 Zhodnocení SWOT analýzy Třeboňska.....	47
4 IKS města Třeboň	51
4.1 Kategorizace turistických informačních center	51

4.2	Hlavní účel a předmět příspěvkové organizace	52
4.3	Analýza finančních zdrojů informačního a kulturního střediska.....	53
4.4	Profil návštěvníků informačního a kulturního střediska.....	53
4.5	Vývoj počtu návštěvníků IKS Třeboň	54
4.6	Dotazníkové šetření IKS	55
4.7	SWOT analýza IKS	56
	Zhodnocení SWOT analýzy IKS	57
5	Třeboňské lázně v současnosti	58
5.1	Charakteristika společnosti Bertiny Lázně s. r. o.	58
5.2	Charakteristika společnosti Lázně Aurora s. r. o.	60
5.3	Shrnutí.....	61
5.4	Klienti	61
5.5	Dodavatelé	62
5.6	Konkurence	63
5.7	Vyhodnocení dotazníků	65
5.8	SWOT analýza lázeňských zařízení	70
6	Návrh produktu.....	72
6.1	Návrh produktu cestovního ruchu.....	72
6.2	Kalkulace produktu.....	75
7	Závěr.....	78
8	Summary	80
9	Přehled použité literatury.....	82
9.1	Odborná literatura	82
9.2	Internetové zdroje	83
10	Seznam tabulek a příloh	84
10.1	Seznam tabulek	84
10.2	Seznam příloh	84
11	Přílohy	85

Úvod

Cestovní ruch je bezpochyby jedním z nejdůležitějších společensko – ekonomických fenoménů 21. století. Průmysl cestovního ruchu se v nejbližší době stane jedním z nejvýznamnějších odvětví světové ekonomiky. Již dnes má významný podíl na celosvětovém hospodářském produktu, je zdrojem podnikatelských příležitostí, významný faktor zaměstnanosti, působí příznivě na rozvoj územních celků, regionů apod.

Význam cestovního ruchu je v poslední době stále více spojován s přímým rozvojem regionů. Jednou s nových disciplín v cestovním ruchu, které mohou nastartovat regionální rozvoj je destinační management a marketing. Jedná se o soubor činností ve vybraných úrovních koordinace a řízení, strategického plánování, různých forem spolupráce na bázi regionů a mikroregionů. Cestovní ruch tak v mnoha destinacích představuje nosný prvek rozvoje nebo alespoň jeden z jeho významných prvků.

Žádná dosavadní praxe zatím nepotvrdila, že by cestovní ruch mohl být výlučně jediným determinantem rozvoje ekonomiky určitého státu, ale je zřejmé, že ve vzájemných vazbách multiplikačních efektů podmiňuje rozvoj ekonomiky a může tak sehrávat stimulační úlohu.

Nedílnou součástí cestovního ruchu je lázeňství. Využívání přírodních léčivých zdrojů patří mezi nejstarší prostředky, které byly člověku vlastní ve všech etapách vývoje. Česká republika je na tyto přírodní léčivé zdroje mimořádně bohatá. Společné dílo přírody a lidí získalo světový ohlas a stalo se důležitým zdravotnickým a ekonomickým artiklem naší země.

Ve vyspělých zemích Evropy má lázeňství v cestovním ruchu významné postavení, které je srovnatelné s hlavními městy, horskými, přímořskými a podobnými centry a destinacemi. Lázeňská centra jsou přirozenými centry nejen lázeňské léčebné péče, ale také zdravotní turistiky, která je dnes stále více preferována komerčními programy zaměřenými na krásu, oddych a relaxaci. Dále také incentivní, kongresové a konferenční turistiky a v neposlední řadě i centry společenského, kulturního a politického života země.

Lázeňství tak v těchto zemích tvoří skutečný a významný potenciál cestovního ruchu a samozřejmě je významným prostředkem pro příjmy státu.

Naše lázně můžeme považovat vedle kulturních a historických památek za nejdůležitější atraktivitu České republiky. České lázeňství má v Evropě významné postavení zejména díky kvalitní péči a dobrým léčebným výsledkům. Lázeňství se tak stává významným zdrojem devizových příjmů naší země.

Potenciál lázní a lázeňských měst v České republice je předpokladem rozvoje nejen lázeňské péče, ale i cestovního ruchu. Současný trend péče o zdraví a životní prostředí je podnětem k rozvoji ekoturistiky, rekondičních a relaxačních pobytů.

Využívání přírodních léčivých zdrojů, koupelí, lázní, pití vod a lázeňské léčení má celosvětově několik století dlouhou tradici a české a moravské lázeňství patří k nejvyspělejším na světě.

1 LITERÁRNÍ PŘEHLED

1.1 Literární rešerše

Cestovnímu ruchu se ve svých pracích věnuje řada autorů. Jejich snahou je především vymezit základní definici tohoto fenoménu. Vzhledem k tomu, že cestovní ruch se neustále vyvíjí, mění se samozřejmě i teoretické přístupy k cestovnímu ruchu a tím i jeho pojetí.

Na cestovní ruch je možné nahlížet z různých stránek, například z hlediska dopravy, geografie, sociologie, ekonomie. I tyto různé úhly pohledu se promítají do různých přístupů k definování cestovního ruchu. (Malá, V. a kol., 2002)

Velkým mezníkem v procesu zkoumání cestovního ruchu bylo zpracování a publikování Všeobecné nauky cestovního ruchu švýcarskými autory Hunzikerem a Kraftem v roce 1942. Ti definovali předmět cestovního ruchu jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“. (Hesková, M. a kol., 2006)

Další velmi známou definicí cestovního ruchu je inovovaná „Gelenská“ definice z roku 1971. Podle ní lze definovat cestovní ruch jako „souhrn vztahů a jevů vyplývajících z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu není ani místem bydliště ani místem výkonu výdělečné činnosti“. (Orieška, J., 1994)

Obě tyto charakteristiky byly ve své době mezinárodně uznány. Poslední jmenovanou definici z roku 1971 dále ještě rozpracoval Claude Kaspar, jehož poznatky u nás využil Kašpar Dohnal. (Orieška, J., 1994)

Za jednu z nejvýznamnějších definic pojmu cestovní ruch, lze považovat definici WTO, která vznikla na mezinárodní konferenci o statistice v Ottawě v roce 1991. Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiná než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. (Hesková, M. a kol., 2006)

I v dnešní době se cestovnímu ruchu věnuje řada autorů. Cestovní ruch je v současné době předmětem zkoumání několika vědních disciplín, například ekonomie, geografie, sociologie, psychologie a dalších. Například podle knihy Heskové má

cestovní ruch interdisciplinární charakter, kde výsledky jedné vědní disciplíny využívají i jiné vědní disciplíny, čímž obohacují svoje poznání. V současnosti se používá i účelově –funkční vymezení cestovního ruchu jako „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase za účelem odpočinku, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního vyžití, služebních cest a získání komplexního zážitku“. Pro vymezení cestovního ruchu se často používají i jiné pojmy, například zotavení, rekreace, turistika, které však nejsou synonymem pojmu cestovní ruch ani v případě, že jsou vykonávány ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště.(Hesková, M. a kol., 2006)

V knize Heskové je popsán cestovní ruch jako systém. Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy. Těmi jsou subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu a jejich vzájemné vazby. Tyto vazby existují ale i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí. Jedná se zde o ekologické, ekonomické, politické, sociální a technicko-technologické prostředí.

(Hesková, M. a kol. 2006)

Jako základní metodu pro hodnocení potenciálu cestovního ruchu v dané lokalitě lze použít situační analýzu. Situační analýzu lze chápat jako prostředek, který na základě analytického zhodnocení minulého vývoje a současného stavu a na základě kvalifikovaného odhadu pravděpodobného budoucího vývoje ve strategickém období může pomoci při formování budoucí tržní pozice. Šetří vnitřní situaci především vzhledem k trhům a konkurenci a zkoumá komplexně vliv faktorů vnějšího prostředí. Představuje dva typy analýzy – interní a externí. Externí podmínky, které jsou neovlivnitelné a nekontrolovatelné, silně ovlivňují situaci organizace. Mění atraktivnost tržních příležitostí, působí i na intenzitu ohrožení a spoluvytváří řadu specifických situací. Analýza pomáhá identifikovat takové situace, které mohou nastat v prostředí. Aby byla účinná, musí pokrývat všechny základní marketingové aktivity organizace a musí být komplexní. Jedině tak totiž může odhalit příčiny problémů, potíží, ale i úspěchů.(Horáková, H., 2001)

Součástí situační analýzy diplomové práce je vymezení zkoumané oblasti, města Třeboně a jejího okolí. Vstupem do analýzy je charakteristika geografických podmínek, životního prostředí a dopravní dostupnosti daného regionu. Hesková region vymezuje jako územní celek vyznačující se společnou úrovní výskytu určitých znaků nebo společnými procesy. Turistické regiony jsou jedním z typů regionů. Jedná se o oblasti, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky spojuje a sjednocuje. Zároveň je také odlišuje od ostatních regionů. Základem je existence produktů a souboru nabídky služeb cestovního ruchu. Regiony s charakterem homogenních předpokladů realizace cestovního ruchu, tj. typ atraktivity, úroveň infrastruktury apod. Z tohoto pojetí vycházela rajonizace cestovního ruchu. (Hesková, M. a kol., 2006)

Rajonizace vychází ze zmapování hlavních předpokladů jednotlivých oblastí naší republiky pro cestovní ruch. Rajonizace se nezabývala pouze hodnocením podmínek daných území pro rozvoj cestovního ruchu. Největším jejím přínosem je to, že obsahuje odbornou klasifikaci a výklad jednotlivých termínů vztahujících se ke geografické stratifikaci území. (Francová, E., 2003)

Další částí situační analýzy je charakteristika jednotlivých druhů a forem cestovního ruchu na Třeboňsku. Doposud byl cestovní ruch vymezován v obecné rovině jeho pojetí. Ve skutečnosti však nabývá zcela konkrétní podoby, která je výrazem jeho obsahové a jevové stránky. Z tohoto hlediska se v odborné literatuře setkáváme s nejrůznějším členěním cestovního ruchu v závislosti na tom, jak se projevuje v reálné konkrétní podobě a to ať již na straně poptávky nebo na straně nabídky. Odborná literatura nejčastěji člení cestovní ruch na formy cestovního ruchu, v nichž dominuje především hledisko motivů účasti na cestovním ruchu a druhy cestovního ruchu, které zohledňují převážně jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky. (Indrová, J. a kol., 2004)

V konkrétní praxi však dochází k prolínání obou těchto hledisek a navíc není mezi autory odborných publikací zcela jednota v tom, co je považováno za druh a co za formu cestovního ruchu. (Indrová, J. a kol., 2004)

Charakteristikou jednotlivých druhů a forem cestovního ruchu se u nás zabývá mnoho autorů, například Hesková, Francová, Seifertová, Čertík, Ryglová nebo Petrů. Podle Petrů formy cestovního ruchu vycházejí ze zaměření cestovního ruchu na uspokojování určitých konkrétních potřeb účastníka, tj. z poptávkově orientované definice cestovního ruchu. Potřeby účastníků cestovního ruchu mají specifický charakter a odlišují se od jiných potřeb několika specifickými znaky. Jednotlivé formy cestovního ruchu obvykle kladou zvláštní požadavky na způsob realizace a zabezpečení služeb. Podle Petrů základními formami cestovního ruchu jsou rekreační cestovní ruch, kulturně-poznávací cestovní ruch, sportovně-turistický cestovní ruch. Dále existují tzv. specifické formy cestovního ruchu, mezi něž patří cestovní ruch mládeže, cestovní ruch třetí generace (seniorů), kongresový cestovní ruch, lovecký cestovní ruch, mototuristický cestovní ruch a další. Členění na formy cestovního ruchu nepředstavuje skutečně pojmovou klasifikaci, ale tvoří pouze obchodní, pracovní nebo propagační označení, a proto se také neustále vyvíjí v souvislosti s novými specifickými potřebami.

(Petrů, Z., 1999)

Seifertová například člení formy cestovního ruchu na rekreační, kulturně-poznávací, sportovně rekreační a zdravotně-lázeňské. (Seifertová, V., 2003)

Druhy cestovního ruchu jsou dělené podle místa realizace na domácí cestovní ruch, zahraniční cestovní ruch a tranzitní cestovní ruch. Podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů na volný cestovní ruch a vázaný cestovní ruch. Podle způsobu a organizace zabezpečení služeb cestovního ruchu na neorganizovaný cestovní ruch a organizovaný cestovní ruch. A podle délky účasti na krátkodobý cestovní ruch a dlouhodobý cestovní ruch. (Petrů, Z., 1999)

Další částí situační analýzy je charakteristika jednotlivých subjektů cestovního ruchu. Subjekty cestovního ruchu se zabývá například Francová nebo Petrů. Podle Petrů důležitou součástí materiálních předpokladů cestovního ruchu a jeho materiálně-technické základny je soustava podniků cestovního ruchu, představovaná v současné době jak fyzickými, tak právníckými osobami. Obecně lze za podnik cestovního ruchu považovat takový subjekt, jenž přímo prodává spotřebitelům zboží a služby a uspokojuje tak speciální potřeby účastníků cestovního ruchu. Jsou to ubytovací podniky včetně lázeňských ubytovacích zařízení, stravovací podniky, dopravní podniky,

podniky zprostředkovávající cestovní služby (cestovní kanceláře), podniky provozující sportovně-rekreační zařízení, podniky poskytující zvláštní služby (průvodcovské, překladatelské), podniky vyrábějící či prodávající výhradně turistické zboží, propagační podniky a další.(Petrů, Z., 1999)

Podniky cestovního ruchu (subjekty poskytující služby cestovního ruchu) jsou nejdůležitější složky organizačního uspořádání, které realizují cestovní ruch a vytvářejí ekonomický výsledek, uskutečňují obrat, tržby, výkony a zisk.(Petrů, Z., 1999)

Pro uspokojení potřeb účastníka cestovního ruchu jsou velmi důležité jednotlivé služby a zboží. Klasifikací a charakteristikou služeb cestovního ruchu se zabývá Oriška. Podle Orišky různorodost služeb cestovního ruchu umožňuje jejich klasifikování z více hledisek. Často se podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby základní a doplňkové. Do základních služeb se zařazuje přemístění účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do rekreačních prostorů a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (služby ubytovací a stravovací). Doplňkové služby jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor. Z hlediska ekvivalentnosti výměny při poskytování služeb jde o služby placené a neplacené. Z prostorového hlediska se služby cestovního ruchu člení na služby poskytované v místě trvalého bydliště, během přepravy do rekreačního prostoru a zpět a služby v rekreačním prostoru. Podle způsobu zabezpečování služeb jde o vlastní služby poskytované dodavatelským způsobem, kdy mezi dodavatelem a účastníkem cestovního ruchu není žádný mezičlánek a služby zprostředkované cestovní kanceláří, která je mezičlánkem mezi dodavatelem služby a účastníkem cestovního ruchu. Nejčastěji se služby cestovního ruchu dělí podle jejich funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků, v širším kontextu i ve vztahu ke společnosti. Z tohoto hlediska jde o služby dopravní, ubytovací, stravovací, zprostředkované, lázeňské, kongresové, průvodcovské, společensko-kulturní, sportovně –rekreační, animační, směnářské, pojišťovací, obchodní, komunální o horskou službu a další.(Oriška, J., 1999)

Podle Heskové je služba ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jehož hodnota je určena je určena užitekem, který přináší. Poskytnutí služby se od výrobku liší tím, že jde o nemateriální činnost. Do procesu poskytování služby je nevyhnutelné

začlenit i vnější faktor (zákazníka a zboží), v důsledku čehož dochází k souladu výroby služby s její spotřebou a pomíjivostí služby. (Hesková, M. a kol., 2006)

Zboží je výrobek určený k realizaci na trhu, tj. k prodeji konečnému spotřebiteli nebo jinému výrobcí, který ho ve formě polotovaru použije v dalším výrobním procesu. Každé zboží je výsledkem výrobního procesu, tj. nejdříve se stal výrobkem, ale ne každý výrobek se musí stát zbožím. Každé zboží slouží k uspokojení určité spotřeby a má svoje cenu, která závisí na vztahu poptávky po daném zboží na trhu a jeho nabídky. V cestovním ruchu se jedná například o jídla a nápoje určené na uspokojení potřeb výživy účastníků cestovního ruchu, kartografické produkty, upomínkové předměty a suvenýry. (Hesková, M. a kol., 2006)

Poslední částí situační analýzy je analýza SWOT. Podle Čertíka SWOT analýza slouží k získání přehledu o tom, v jakém tržním postavení se firma nachází. Jaká je úroveň vnitřního prostředí společnosti nestačí jenom údaje o těchto skutečnostech shromažďovat, je třeba je současně analyzovat a vyhodnocovat. K tomu slouží analytická marketingová metoda, nazvaná SWOT analýza. Silné stránky představují ty složky vnitřního marketingového prostředí firmy, jejichž úroveň je lepší než u srovnatelných konkurentů na trhu. Může se jednat například o lepší image, vyšší kvalitu poskytovaných služeb nebo o kvalifikovanější personál. Slabé stránky lze definovat naopak jako ty prvky marketingového systému firmy, které jsou ve vztahu ke konkurenci na horší úrovni. Může se jednat o příliš vysoké nebo naopak podezřele nízké ceny, špatný způsob komunikace se zákazníky nebo nekvalitní prodejní síť. Příležitosti jsou možnosti, které vznikají v tržím okolí firmy. Mohou spočívat v růstu cílových trhů, vyklizení trhu tržním konkurentem nebo ve změně legislativních podmínek, které upravují podnikání v daném oboru cestovního ruchu. Hrozby jsou naopak nepříznivé aspekty, které se objevují v tržním prostředí firmy. Může se jednat o vstup zcela nového subjektu na trh, vznik nových služeb, které vytlačí služby dosavadní nebo o prudkou změnu cen dodavatelských služeb. Analýzou silných a slabých stránek určíme v jaké situaci se podnik nachází. Na základě vyhodnocení a zjištění skutečností začneme nejprve posilovat silné stránky a využívat příležitosti, které se na trhu pro podnik vytvářejí. Následně odstraňujeme i slabé stránky a bráníme se hrozícímu nebezpečí. (Čertík, M. a kol., 2001)

Pro hodnocení produktů cestovního ruchu je důležité vymezit samotný pojem „produkt cestovního ruchu“. Produktem cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor hlavně služeb, které produkuje a nabízí cílové místo a podniky a instituce cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu. (Hesková, M. a kol., 2006)

Vývoj nového produktu vychází ze základní koncepce strategie rozvoje cestovního ruchu. Důležitou etapou je analýza příslušného trhu. Cílem tvorby nového produktu je zaplnění mezery na trhu, náhrada nebo rozšíření stávajícího produktového portfolia. Dále to může být reakce na změnu poptávky na trhu, na novou nabídku služeb dodavatelů v dopravě, ubytování apod. Návrh a sestavení produktu vychází z možností daného subjektu.

(Hesková, M. a kol., 2006)

1.2 Vymezení základních pojmů

Cestování - Z obsahového hlediska je cestování širším pojmem než cestovní ruch. Zahrnuje i jiné cesty než v rámci účasti na cestovním ruchu. Cestujeme také např. ze služebních, obchodních nebo studijních důvodů. (Francová, E., 2003)

Rekreace - Fyzický a duševní odpočinek, osvěžení, zotavení. Je součástí cestovního ruchu. Na druhé straně však jeho rámec přesahuje, protože zahrnuje i odpočinkové aktivity v místě bydliště. (Francová, E., 2003)

Turistika – Aktivní forma účasti na cestovním ruchu využívající možnosti pobytu v přírodě, zpravidla spojená s jednoduchými formami ubytování a stravování (vlastní stan, vlastní jídlo). (Francová, E., 2003)

Účastník cestovního ruchu – Za účastníka cestovního ruchu se pokládají osoby, které cestují na dobu delší než 24 hodin do jiné země než je země jejich trvalého pobytu a to

pro zábavu, za účelem vyřízení rodinných záležitostí, pro zlepšení zdravotního stavu, aby se účastnil různých akcí, které mají vědecký, administrativní, náboženský nebo sportovní charakter, dále za vyřizováním určitých záležitostí, i obchodních.

(Petrů, Z., 1999)

Turisté – Jsou dočasní návštěvníci, kteří se zdrží v navštěvované zemi alespoň 24 hodin a motivem jejich cestování je buď využití volného času (zábava, dovolená), nebo vyřizování různých záležitostí.(Petrů, Z., 1999)

Výletníci – Jsou dočasní návštěvníci, kteří se zdrží pouze jeden den v navštěvované zemi, aniž by v této zemi přenocovali.(Petrů, Z., 1999)

Oblast cestovního ruchu – Je definována jako územní celek převážně stejných přírodních podmínek, vlastností a předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu.

(Francová, E., 2003)

Podoblast cestovního ruchu – Rozumíme tím organické územní celky, mající všechny hlavní znaky oblasti, ale navíc mají specifické vlastnosti odlišující je od ostatního území, například lepší přírodní podmínky.(Francová, E., 2003)

Rekreační prostor – Kategorizací rekreační prostor se rozumí určité geograficky menší území s příznivými a relativně stejnými přírodními podmínkami, které nejsou narušeny (nebo pouze minimálně) negativními vlivy průmyslové a zemědělské činnosti, jež umožňuje realizaci aktivit cestovního ruchu.(Petrů, Z., 1999)

Destinace – Je geografický prostor, který host volí jako cíl účasti na cestovním ruchu. Destinace zahrnuje komplex služeb pro potřeby cestovního ruchu. Obecně je chápána jako směřování, cíl cesty, místo navštívené účastníkem cestovního ruchu.

(Hesková, M. a kol., 2006)

Destinace cestovního ruchu – Podle World Tourism Organization je definována „jako místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina zvolil pro návštěvu“.

(Hesková, M. a kol., 2006)

Trh cestovního ruchu – Tvoří podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu.

(Hesková, M. a kol., 2006)

1.3 Lázeňství

Lázeňství je souhrn aktivit, specifické infrastruktury a lidských zdrojů v oblasti poznání a praxe zaměřený na znalost přírodních léčivých zdrojů a realizaci technik a procedur pro léčení různých somatických, psychosomatických i psychologických problémů. Souhrnným cílem lázeňství je prevence a léčení lidských chorob, regenerace sil a relaxace. (Pásková, M., Zelenka, J., 2002)

Výše zmíněná definice dokládá tu skutečnost, že lázeňství vychází z pradávné potřeby lidstva pečovat o svůj zdravotní stav, který je vnímán jako nejvýznamnější ukazatel kvality života.

1.4 Dějiny lázeňství v ČR

Předhistorické období ve vývoji našich lázní je opředeno legendami a skutečná historie není doložena. Ve středověku a v delším horizontu celého feudálního období byl význam lázeňství minimální, neboť toto období obecně nevynikalo kultem vody a hygieny. Jen pro nejvýznamnější a nejbohatší malou vrstvu obyvatel byl pobyt v lázeňských místech rozptýlením, spojeným většinou s hony a jinými kratochvílemi.

Koncem 18. století dochází na našem území k rozvoji lázeňství. Díky pokroku vědy, techniky a společenské komunikace dochází k významnému povznesení lázeňských míst. Jsou stavěny první velké lázeňské stavby – kolonády, stavby u zřídél, lázeňské domy. Ku prospěchu lázeňských míst se předhánějí podnikatelé ve výstavbě

ubytovacích kapacit – hotelů, penzionů a lázeňských domů. Konkurenční boj byl poznamenán často i odklonem od léčebného poslání lázní.

Jestliže jsme minulé období označili obdobím reálného vzniku a rozvoje lázeňství v moderní podobě, lze období konce 19. století a počátku 20. století označit s určitou nadsázkou „zlatou érou“ lázeňství na našem území. V tomto období dochází k dostavbám celých lázeňských komplexů, k modernizaci lázeňských léčebných procesů, následně pak i k modernizaci zařízení pro tuto péči. Lázeňské léčebné postupy jsou na bázi vědeckých poznatků skutečně modernizovány a naše lázeňství se začíná proslavovat i svou léčebnou účinností a kvalitou lázeňských lékařů. Z ekonomického hlediska lze toto období charakterizovat jako období prosperity a dynamického rozvoje podnikatelských aktivit v celém spektru nabídek lázeňských míst.

V období okupace je většina našich významných lázeňských středisek zabrána Německem a v ostatních lázeňských místech je harmonický lázeňský život vesměs přerušen a lázně jsou často využívány pro vojenské účely. Toto období je pro rozvoj lázní pouze dobou „temna“, kdy pozitivní přínos neexistuje.

Po válce byla pozornost soustředěna především na obnovu válkou zničených nebo narušených lázní. Postupně je u nás patrná snaha o přeměnu lázní na zdravotnická zařízení a jejich přechod na celoroční provoz. Stát poskytl sice skromné, ale z hlediska společenského namalé prostředky na obnovu lázní, především pak na přeměnu lázeňských hotelů na odborné léčebné ústavy.

Po roce 1948 dochází ke snaze začlenit lázeňskou péči do nově vznikajícího systému zdravotnictví a přestává být základním cílem lázeňských domů vytváření zisku. Všechny léčivé přírodní zdroje spolu s majetkem lázní byly převedeny do vlastnictví státu. Lázeňské domy jsou nazývány „lázeňské léčebné ústavy“ a péče se opírá zejména o význam přírodních léčivých zdrojů a vhodných klimatických podmínek jednotlivých míst. Léčebné pobyty jsou hrazeny plně státem ze zdravotního pojištění, lázeňská péče je organizována masově pro velké množství pacientů a v lázeňských místech je vybírán tzv. lázeňský poplatek.

70. léta jsou charakterizována převyšováním poptávky po lázeňské léčbě zhruba o 30%. Chybí investice do této oblasti. Z tohoto důvodu dochází řízením z centra až

k omezování společenské poptávky po lázeňské léčbě např. omezováním opakované lázeňské péče apod. Začíná se podporovat zájem devizových cizinců o pobyt v lázních.

V 80. letech se plně projevy strukturální chyby předchozích let, nedostatečné investice a špatné udržování historických lázeňských budov. Dochází k absolutnímu poklesu kapacit často z důvodu nutné odstávky zastaralých provozů. Lázeňství nestačí plnit potřeby společnosti a úroveň poskytovaných služeb zaostávala za zahraničním standardem. Pacienti si většinou nestěžují na špatnou péči, neboť většinu nákladů hradí stát a nemají možnost srovnání s vyspělými zeměmi. Určitým nedostatkem bylo i to, že téměř všechny lázně řídili lékaři, kteří byli sice odborníci v medicíně, ale měli často nedostatky v ekonomické oblasti.

Pro porovnání se současným stavem je zajímavé následující hodnocení úrovně našeho lázeňství v roce 1989, kdy začíná probíhat doba strukturálních, majetkových a kvalitativních změn. Do této doby probíhající tendence navyšování výkonů bez adekvátní investiční politiky, která vedla k přetěžování kapacit v lázeňských komplexech, zapříčinila, že veškeré vybavení, ale i inženýrské sítě byly v katastrofálním stavu. Jediným plusem byla úroveň péče, kterou svým zákazníkům poskytoval kvalifikovaný lékařský personál. Avšak ubytovací a stravovací služby jsou podceněny jak ve vybavenosti, tak v přístupu personálu k pacientům, kteří jsou chápáni více jako pacienti nemocnic než jako klienti. Zde chybí také prvek zdravé konkurence, a až na výjimky monopolní postavení lázeňského podniku v lázeňském místě vede ke stagnaci úrovně nabízených služeb. K vyřešení tohoto problému se stát rozhodl některé objekty zprivatizovat, aby již neexistoval pouze jeden státní podnik, jak tomu bylo do roku 1990, ale aby i do tohoto sektoru zavedl tržní prostředí, kde pokud bude chtít lázeňský komplex v konkurenčním boji obstát, musí nabízet co možná nejkvalitnější služby. (Knop, K. a kol., 1999)

1.5 Lázeňská péče v současnosti

V současné době patří mezi hlavní úkoly lázeňství spolupodílet se na léčbě, doléčování, rehabilitaci nemocných, pomáhat v rekonvalescenci po úrazech a operacích, eliminovat jednostranná zatížení současného způsobu života

a napravovat civilizační choroby. Důležitá je i prevence, působení na psychiku pacientů a regenerace po velkém pracovním vytížení. Proto v poslední době nabývají na významu různé ozdravné a rekondiční programy. Lázeňské pobyty přispívají u pacientů k vytváření správných hygienických zásad, stravovacích návyků, dodržování denního režimu, a tím plní i důležitý osvětový charakter.

Lázeňství je u nás významnou složkou cestovního ruchu, neboť nabízí kromě výše uvedené zdravotní složky i širokou škálu kulturních hodnot, např. ve formě bohaté historie, zajímavých přírodních míst s možností turistického a sportovního vyžití apod.

Významný je i ekonomický přínos lázeňství, neboť se nemalou měrou podílí na tvorbě hrubého domácího produktu, projevuje se rozhodným způsobem v příjmové části regionálních rozpočtů (zejména u lázeňských zařízení, které jsou ve vlastnictví obce, tak jako tomu je v Třeboni). Vytváří velké množství pracovních příležitostí, a to jak pro kvalifikovanou pracovní sílu, tak i pro méně kvalifikované zaměstnance. Rozvoj lázeňství nabízí dobré podmínky pro investice, zejména v případě neustálé modernizace lázeňského areálu, zdokonalování služeb, rozšiřování ubytovacích kapacit apod. Dobře fungující lázně s dostatečnou klientelou přispívají k velmi dobré prosperitě soukromého sektoru v místě, zejména obchodníků, poskytovatelů služeb, restaurací, provozovatelů kulturních zařízení apod. Dalším ekonomickým přínosem je časté pořádání různých kulturních a společenských akcí spojených s lázeňským pobytem, jako jsou např. kongresy, sportovní akce, výstavy, filmové festivaly, koncerty atd.

V neposlední řadě působí lázeňství příznivě i v oblasti urbanistiky a krajiny, neboť všechny změny při výstavbě obce, její infrastruktury a zásahy do přilehlé krajiny jsou pečlivě zvažovány a směřovány i v souvislosti s budoucím lázeňským využitím. (Knop, K. a kol., 1999)

1.6 Lázeňství v číslech

V roce 2008 bylo v ČR v provozu 84 lázeňských zdravotnických zařízení, která disponují celkem 25 490 lůžky. Zhruba 12 % lůžkové kapacity (3 088 lůžek) patří lázeňským zařízením zřizovaným centrálními orgány, tj. Ministerstvem zdravotnictví, Ministerstvem obrany a Ministerstvem vnitra ČR. Jedno lázeňské zařízení provozuje

město a zhruba 87 % kapacity spravují jiné právnické osoby nebo fyzické osoby. V roce 2008 absolvovalo lázeňskou léčbu v našich lázních 154 015 cizinců, údaj potvrzuje dlouhodobý nárůst u této kategorie. Oproti roku 2007 je to o 20 053 osob více. Cizinci se v lázních v ČR nejčastěji léčí s indikací nemoci pohybového ústrojí (58,4 %), dále nemoci trávicího ústrojí (25 %) a nemoci z poruch výměny látkové a žláz s vnitřní sekrecí (6,4%).

Do českých a moravských lázní přijelo během roku 2008 úhrnem 383 414 klientů. Z toho 30,3 % osob bylo v lázních léčeno na náklady veřejného zdravotního pojištění. (KLP + PLP celkem). Cizinci tvořili 29,5 % a tuzemští samoplátci 40,2 % celkového počtu léčených klientů v lázních. Dalších 4 002 osob pobývalo v lázních jako doprovod hrazený zdravotní pojišťovnou. Komplexní lázeňskou péči využilo v roce 2008 celkem 101 196 pacientů (o 3 731 osob méně než v roce 2007 a o 5 673 osob méně než v roce 2006). V roce 2008 tvořili dospělí pacienti 90,4 % všech pacientů v rámci KLP. Celkem u 60,7 % pacientů KLP hradila náklady spojené s pobytem a léčbou Všeobecná zdravotní pojišťovna (VZP) a zbývajícím pacientům ostatní pojišťovny.

Příspěvková lázeňská péče (PLP) byla poskytnuta celkem 15 162 pacientům (v roce 2007 to bylo celkem 15 714 osob a v roce 2006 celkem 18 650 osob), z toho 99,9 % byly dospělé osoby. VZP hradila léčebné výlohy 59,3 % klientům PLP a zbývajícím pacientům tyto výlohy hradily ostatní pojišťovny.

Samoplátecká léčba, při které si všechny náklady spojené s pobytem a léčbou hradí klient sám, byla využita 113 041 tuzemskými klienty. V tomto případě nemusí mít klient lékařské doporučení a doba pobytu pro samoplátce není nijak limitována. Až na 54 pacientů ve věku dětském a dorostovém se jednalo o dospělé osoby. Nadále dochází k výraznému zvyšování poskytnuté lázeňské samoplátecké péče, oproti roku 2007 to bylo o 21 088 klientů (o 22,9 %) a oproti roku 2006 o 46 285 klientů, tj. o 69,3 %. Hlavním důvodem vyššího počtu plně platících pacientů je pravděpodobně rozšíření nabídky ozdravných pobytů, zejména víkendových relaxačních a rehabilitačních. Jelikož za poslední roky dochází spíše k poklesu plateb od zdravotních pojišťoven, orientují se všechna lázeňská zařízení vylepšováním svých služeb, jak v oblasti

ubytovací, stravovací i léčebné, na akvizici stále širší klientely platících různými formami „hotovostních“ plateb.

V roce 2009 bylo do lázeňských léčeben přijato celkem 378 181 pacientů (v rámci veřejného zdravotního pojištění i samoplátci dohromady) a 4 232 členů doprovodu pacientů, jejichž pobyt byl hrazen zdravotními pojišťovnami. Dospělým pacientům, kterých bylo 367 363 bylo poskytnuto celkem 5 333 476 ošetrovacích dnů. V lázních se léčilo též 2 370 pacientů v dorostovém věku, kteří zde strávili 70 818 ošetrovacích dnů. Do lázní bylo dále přijato celkem 8 348 dětí, kterým bylo poskytnuto 271 017 ošetrovacích dnů. Z hlediska způsobu financování lázeňské péče bylo za rok 2009 léčeno celkem 108 025 pacientů v rámci komplexní lázeňské péče s úhradou z veřejného zdravotního pojištění, z toho 98 113 dospělých osob. V rámci příspěvkové lázeňské péče, kde zdravotní pojišťovny hradí vyšetření a léčení, zatímco stravování, ubytování a jízdné do lázní platí pacient, bylo ošetrováno celkem 15 111 osob, z toho 15 040 dospělých. Za loňský rok bylo dále v lázních ošetrováno 111 123 pacientů z tuzemska mimo veřejné zdravotní pojištění a 143 922 cizinců, kteří si tuto péči rovněž hradili sami. (www.uzis.cz)

1.7 Legislativní rámec lázeňství

Ke specifikům lázeňství patří, že zasahuje do dvou oblastí. Jedná se o cestovní ruch a především o zdravotnictví. Listina základních práv a svobod uvádí, že „každý má právo na ochranu zdraví“. Proto obor lázeňství patří do regulované sféry.

Následující výčet shrnuje legislativu této oblasti a zahrnuje tyto právní předpisy:

- zákon č. 20/1996 Sb., o péči o zdraví lidu ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů – zákon upravuje rozsah a podmínky poskytování zdravotní péče,
- vyhlášku Ministerstva zdravotnictví č. 58/1997 Sb., kterou se stanoví indikační seznam pro lázeňskou péči o dospělé, děti a dorost,
- vyhlášku Ministerstva zdravotnictví č. 242/1991 Sb., o soustavě zdravotnických zařízení zřizovaných okresními úřady a obcemi v aktuálním znění,

- zákon č. 164/2001 Sb., o přírodních a léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů (lázeňský zákon),
- vyhlášku Ministerstva zdravotnictví č. 370/2001 Sb., o zkoušce a odborné způsobilosti k výkonu odborného dohledu nad využíváním a ochranou přírodních léčivých zdrojů a zdrojů přírodních minerálních vod,
- vyhláška Ministerstva zdravotnictví č. 423/2001 Sb., kterou se stanoví způsob a rozsah hodnocení přírodních léčivých zdrojů a zdrojů přírodních minerálních vod a další podrobnosti jejich využívání, požadavky na životní prostředí a vybavení přírodních léčebných lázní a náležitosti odborného posudku o využitelnosti přírodních léčivých zdrojů a klimatických podmínek k léčebným účelům, přírodní minerální vody k výrobě přírodních minerálních vod a o stavu životního prostředí přírodních léčebných lázní (vyhláška o zdrojích a lázních),
- nařízení vlády č. 385/2001 Sb., kterým se stanoví jednotková výše poplatku za přírodní minerální vodu odebíranou ze zdroje přírodní minerální vody.(www.mzcr.cz)

1.8 Zájmové organizace v lázeňství

V lázeňství existují dvě hlavní zájmové organizace: Sdružení lázeňských míst – členové jsou zástupci radnic lázeňských měst a Svaz léčebných lázní České republiky.

1.8.1 Svaz léčebných lázní ČR

Svaz léčebných lázní České republiky byl založen jako zájmové sdružení léčebných lázní v roce 1995, v roce 2001 se jeho součástí stalo i Sdružení odborných lázeňských zařízení. Svaz nyní sdružuje 46 členů, z toho 44 léčebných lázní, které tvoří s více než 20 000 lůžek 80 % lůžkové kapacity léčebného lázeňství v ČR. Protože dle statistik je v provozu cca 85 lázeňských zdravotnických zařízení, z celkového počtu lázní je zřejmé, že v lázeňství ještě působí cca 40 subjektů, u kterých nejsou definována

žádná pravidla léčby, ubytování a stravování. V této souvislosti je nutné ještě uvést, že se v tomto případě jedná téměř výlučně o subjekty působící v Karlovarském kraji.

Svaz léčebných lázní České republiky byl zřízen jako zájmové sdružení léčebných lázní a jiných právnických osob podnikajících ve sféře lázeňství v širším slova smyslu bez rozdílu typu vlastnictví na základě zakladatelské smlouvy zakládajících členů. Dle platných předpisů je zájmovým sdružením ve smyslu § 20 f obč. zákoníku.

Svaz léčebných lázní České republiky je členem Evropského svazu lázní a platným partnerem i oponentem Ministerstva zdravotnictví ČR. Posláním svazu je kultivovat prostředí a vytvářet podmínky pro další léčebné lázeňství v České republice a hájit společné i individuální zájmy členů.

Posláním Svazu je vytvářet podmínky pro rozvoj léčebného lázeňství a lázeňských organizací na území České republiky, hájit společné i individuální zájmy členů, pokud tyto nejsou v rozporu se zájmy společnými a dbát na ochranu a racionální využívání přírodních léčivých zdrojů. Prosazuje uplatňování Kréda Evropského svazu lázní. (www.lecebne-lazne.cz)

Svaz zejména:

- samostatně hájí zájmy léčebného lázeňství a svých členů, zejména ve styku se zastupitelskými sbory, vládou, ministerstvy, jinými státními orgány a institucemi a zdravotními pojišťovnami,
- hájí a prosazuje zájmy léčebného lázeňství v rámci resortu zdravotnictví, koordinuje jednání o společných zájmech svých členů vůči zdravotním pojišťovnám
- zajišťuje důstojnou prezentaci lázeňství, podporuje informovanost veřejnosti o funkci a úloze léčebného lázeňství v péči o zdraví člověka,
- podporuje výzkum v lázeňství a popularizaci léčebných výsledků v lázeňské péči
- vystupuje ve vztahu k odborům a státním institucím jako zájmová organizace zaměstnavatelů,
- poskytuje členům dle svých možností poradenské služby a informace, koordinuje zájmy a pomoc při řešení jejich problémů,

- působí jako odborný poradce, předkládá společné návrhy a stanoviska, podání a intervence při přípravě hospodářsko-politických rozhodnutí na republikové úrovni, dotýkající se zejména problematiky lázeňství a přírodních léčivých zdrojů,
- v zájmu léčebného lázeňství ČR a jeho členů spolupracuje s ostatními profesními a odbornými společnostmi a sdruženími,
- zastupuje zájmy lázeňství ČR v mezinárodních organizacích a lázeňských sdruženích, zejména v Evropském svazu lázní. (www.lecebne-lazne.cz)

1.8.2 Sdružení lázeňských míst ČR

Sdružení lázeňských míst ČR je dobrovolnou zájmovou nestranickou a nevládní organizací lázeňských měst a obcí v ČR (dále jen lázeňská místa), na jejichž území se nacházejí lázeňská zařízení a mají schválený statut lázní. Členové sdružení považují lázeňství za významnou činnost ve své obci či městě, která má význam pro rozvoj nejen svého místa a regionu, ale i ČR. (www.spas.cz)

K poslání tohoto sdružení patří:

- aktivně přispívat k vytváření podmínek a nástrojů pro regeneraci a rozvoj lázeňství a českých lázeňských míst,
- spolupracovat s ostatními organizacemi z této oblasti, rovněž se státem, obcemi i samotnými občany a se zahraničím,
- prezentovat lázeňská místa (www.spas.cz)

1.9 Dějiny lázeňství v Třeboni

Již od středověku byly v nově vznikajících městech zakládány nejen špitály, ale větší hustota obyvatel stísněných v husté zástavbě sevřené hradbami si vynutila také zřízení veřejných očištných lázní.

Tyto lazební se stávaly velmi oblíbeným místem nejen pro očištění těla, ale postupně byly i společenským střediskem. Nejstarší zmínka o třeboňské lazebně

(v Rožmberské ulici) pochází z roku 1666. Po zrušení lázební získal v r. 1861 správce schwarzenberského velkostatku Václav Horák povolení od knížete Schwarzenberga zřídit očištné lázně s tekoucí vodou na Zlaté stoce.

V letech 1881-1883 vystavěl učitel Václav Hucek v sousedství těchto očištných lázní svůj léčebný ústav s aplikací rašeliny (dnešní Bertiny lázně). Od té doby se datují dějiny novodobé třeboňské lázeňské tradice - spojení s přírodním léčivým zdrojem, který se v tomto regionu hojně nachází - rašelinou. Ta se využívá pro léčení poruch pohybového aparátu, revmatických chorob, poúrazových a pooperačních stavů a celkovou rekondici těla i mysli.

Již první desetiletí po skončení druhé světové války prokázalo životaschopnost a oprávněnost existence rašelinných lázní pro léčení revmatických nemocí v Třeboni. Malá kapacita lázeňských ústavů pro léčení revmatických onemocnění v poválečném Československu vedla k rozhodnutí rozšířit kapacitu lázní právě v Třeboni výstavbou nového lázeňského sanatoria. Rozhodujícím faktorem byly nevyčerpatelné zdroje sirnoželezité rašeliny a současně krásná krajina. Samotná výstavba trvala téměř dvacet let. V r. 1960 získala Třeboň statut lázeňského města a v r. 1975 bylo otevřeno nové lázeňské sanatorium Aurora. Léčebné účinky pobytu v lázních jsou podpořeny kvalitou okolního přírodního prostředí. Příznivé klima, aktivní pohyb, kulisa městské památkové rezervace, zámku a pobyt v přírodě chráněné krajinné oblasti pomáhá navodit harmonii těla a ducha. (www.aurora.cz)

1.10 Vymezení základních pojmů v lázeňství

Komplexní lázeňská péče – Zdravotní péče navazuje na ústavní péči nebo péči v odborných ambulancích a je zaměřena na doléčení, zabránění vzniku invalidity a nesoběstačnosti nebo na minimalizaci rozsahu invalidity. Poskytuje se v době dočasné neschopnosti k práci. Pojištěnce předvolává k lázeňské péči lázeňská léčebna. Náklady komplexní lázeňské péče jsou plně hrazeny zdravotní pojišťovnou. (Knop, K. a kol., 1999)

Příspěvková lázeňská péče – Tato péče je poskytována u nemocí, které jsou obsaženy v indikačním seznamu, a kde nejsou splněny podmínky uvedené u komplexní lázeňské péče. Zdravotní pojišťovna hradí náklady na vyšetření a léčení pojištěnce. Tato péče může být poskytnuta jednou za dva roky, nerozhodne-li revizní lékař jinak. (Knop, K. a kol., 1999)

Ambulantní lázeňská péče – Návrh na léčbu vystavuje ošetřující lékař a po dohodě s pojištěncem uvádí dle diagnózy požadované lázeňské zařízení. Tento je předán k ověření a potvrzení reviznímu lékaři zdravotní pojišťovny pojištěnce. Ten si sám po schválení s určeným lázeňským zařízením dohodne termín nástupu. Pojištěnec hradí náklady na ubytování a stravování, které si je povinen sám zajistit a je povinen také uhradit lázeňský poplatek. (Seifertová, V., 2003)

Samoplátci – Termín nástupu léčby je stanoven na základě dohody mezi pacientem a pracovníkem příjímací kanceláře jednotlivých lázeňských zařízení. Klient si sám hradí veškeré náklady na léčbu, stravování, ubytování a lázeňský poplatek. Doba pobytu není časově omezena. (Seifertová, V., 2003)

2 CÍLE A POUŽITÁ METODIKA

2.1 Cíle

Cílem diplomové práce je analýza poskytovaných služeb cestovního ruchu v lázeňském městě Třeboň. Provést výzkum stávající nabídky a poptávky produktů informačního a kulturního střediska města Třeboně a dále s tímto informačním a kulturním střediskem spolupracovat.

Dalším cílem diplomové práce je provést výzkum nabídky a poptávky lázeňských zařízení a na základě výzkumu navrhnout řešení na zatraktivnění mimosezóny města Třeboň. Na základě poznatků a osobních rozhovorů navrhnout nový produkt, který by v budoucnu uspokojoval potřeby účastníků cestovního ruchu na Třeboňsku.

Součástí výzkumu je také zjistit profil návštěvníků na Třeboňsku. Závěrem budou formulovány návrhy na zlepšení a rozšíření sezóny.

2.2 Použitá metodika

Metodický postup zpracování diplomové práce je možné rozdělit do několika fází. V první fázi je zpracována situační analýza, kde je vymezeno území Třeboňska. Jsou zde uvedeny charakteristiky geografických podmínek cestovního ruchu, životního prostředí, dopravní dostupnosti, jednotlivých forem a druhů cestovního ruchu, které se v dané oblasti vyskytují.

Jedním z předpokladů pro zpracování tohoto tématu bylo studium odborné literatury a odborných pramenů z oblasti odborné terminologie cestovního ruchu a vybraných problémů cestovního ruchu. Řada cenných informací byla získána z osobních rozhovorů se zaměstnanci informačního a kulturního střediska v Třeboni, dále také se zaměstnanci lázeňských zařízení. Část byla čerpána z odborné literatury a prospektů o dané oblasti.

V další části diplomové práce je provedena SWOT analýza, zhodnocení silných a slabých stránek a také příležitostí a hrozeb. První SWOT analýza byla provedena na

území Třeboňska, další na vybrané informační centrum a poslední na lázeňská zařízení ve městě Třeboň.

Pro primární výzkum byla zvolena forma osobního rozhovoru v informačním centru a v lázních Třeboň. Cílem bylo charakterizovat daná zařízení a zjistit strukturu a formu jednotlivých produktů.

V další fázi se uskutečnil terénní výzkum. Tento výzkum proběhl v zimních měsících lednu a únoru pomocí dotazníkového šetření v lázních Berta a Aurora. Dotazník byl zaměřen na využívání služeb nad rámec placeného pobytu v době mimo sezóny. Výzkum byl prováděn metodou „face to face“. Celkem bylo dotazováno 150 respondentů. Výběr respondentů byl prostý, náhodný. Dotazník byl sestaven z kombinace otevřených a uzavřených otázek. Nashromážděná data jsou zpracována a vyhodnocena pomocí statistických metod v počítačovém programu EXCEL, pomocí tabulek a grafů.

Z analýzy výsledků vyhodnocení dotazníků byly stanoveny návrhy na zatraktivnění minisezóny ve městě Třeboň. Na základě všech získaných informací je zpracován návrh na jeden produkt, který by v budoucnu mohl uspokojovat potřeby účastníků cestovního ruchu na Třeboňsku a přispět k rozšíření sezóny.

3 SITUAČNÍ ANALÝZA

3.1 Jižní Čechy

Jedním ze základních potenciálů kraje je kromě zachovalé přírody a krajiny také jeho umístění v těsné blízkosti států Evropské unie ve středu Evropy. Tuto skutečnost doplňuje výhodná poloha Jihočeského kraje ve vztahu k hlavním poptávkovým vnitroregionálním centrům : Praze, Plzni a Brnu. Využití tohoto potenciálu podporuje relativně dobré napojení regionu na sousední centra v Rakousku a Bavorsku především na Linz a Passau. Toto propojení zabezpečuje celkem devět hraničních přechodů pro automobilovou dopravu, dva železniční přechody a celkem osm turistických přechodů a stezek, které jsou otevřeny pro pěší turisty a cyklisty.

Z hlediska napojení kraje na vnitrozemské regiony lze za významnou příležitost považovat plánovanou výstavbu dálnice D3, rychlostní komunikace R4 a IV. železničního koridoru.

Celková rozloha Jihočeského kraje činí 10 056 km², což představuje 12,8 % rozlohy České republiky. Převážná část území leží v nadmořské výšce 400 – 600 m.n.m. Nejvyšším místem je Šumavský vrchol Plechý (1378m), místem s nejnižší nadmořskou výškou je hladina Orlické přehrady (330m).

K charakteristickým znakům Jihočeského kraje patří především četné rybníky, které významně spoluvytváří typický obraz jihočeské krajiny. Mezi nejznámější patří Rožmberk s velikostí 490 ha, Bezderev 450 ha a Horusický 415 ha, které jsou zároveň i největšími rybníky v České republice.

Jihočeský kraj má mimořádný přírodní a krajinářský potenciál a díky tomu i značnou přitažlivost pro návštěvníky cestovního ruchu. Celá oblast je relativně málo poznamenána negativními civilizačními vlivy a spolu se sousedními příhraničními oblastmi Bavorska a Rakouska představuje zajímavý turistický region ve střední Evropě.(www.jccr.cz)

3.2 Charakteristika oblasti Třeboňska

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

Z hlediska přírodovědného je Třeboňsko pozoruhodné především svou bohatostí rostlinstva, které tvoří dominantní složku krajiny. K nejcennějším biotopům, které jsou často ojedinělé nejen v Čechách, ale i v Evropě, patří rozsáhlá přechodová rašeliniště se zachovalými rostlinnými společenstvy a na ně vázanou faunou bezobratlých. Dalšími neméně cennými prvky jsou rozsáhlé rybníční soustavy s druhotně vytvořenými litorálními společenstvy, které často nahrazují původní mokřadní biotopy.(www.trebonsko.cz)

Vyvážená přírodní složka krajiny je na Třeboňsku vhodně doplňována poměrně řídkým osídlením, absencí velkých průmyslových podniků a zachovalou unikátní architekturou historických měst a vesnic. Přírodní i kulturní faktory tak vytvářejí z Třeboňska území mimořádně minimálně v evropském kontextu a zasluhující si co nejúčinnější ochranu. Od roku 1979 je značná část území Třeboňska (700 km²) vyhlášena Chráněnou krajinnou oblastí. Mimo to se zde nacházejí dvě území (tvořená větším množstvím dílčích lokalit), která byla zařazena na seznam mokřadů mezinárodního významu chráněných Ramsarskou konvencí. Jako první byly po připojení naší republiky ke konvenci v r. 1990 do seznamu zaneseny Třeboňské rybníky a následně v r. 1993 i Třeboňská rašeliniště. Jedná se o unikátní ostrovní ekosystémy s výskytem mnoha chráněných a ohrožených druhů rostlin a živočichů.(www.trebonsko.cz)

Z hlediska horopisu náleží většina území do soustavy Třeboňské pánve, západní část do její podsoustavy. Lomnická pánev a východní do podsoustavy Kardašořečická pahorkatina. Jihozápadní cíp oblasti tvoří soustava Novohradské podhůří, podsoustavy Stropnická pahorkatina. Úzkým pásem na východě při rakouské hranici mezi Chlumem u Třeboně a Českým Velenicemi sem proniká Novobystřická vrchovina,

podsoustava Javořické vrchoviny. Krajina Třeboňska je pestrá, ale převážně plochá bez výrazných vrcholů. Průměrná nadmořská výška pánevní oblasti je zhruba 450 m, jen místy nad ní vystupují táhlé pozvolna se zvedající hřbety a výšiny.(David, P., Soukup, V. a kol., 1993)

Geologické složení oblasti je vcelku jednotvárné. Třeboňská pánev je velká příkopová propadlina oválného tvaru, vyplněná místy až do hloubky 300 m vodorovně uloženými vrstvami usazenin, tvořenými zejména různobarevnými jíly, jílovci, písky a pískovci pocházejícími převážně z druhohorního období svrchní křídly, v menší míře z třetihor.(David, P., Soukup, V. a kol., 1993)

Po stránce vodopisu tvoří osu popisovaného území řeka Lužnice, která je úhlopříčně protíná ve směru jihovýchod-severozápad. Pramení v Rakousku jako Lainsitz, do Čech vstupuje u Nové Vsi nad Lužnicí, ústí zprava do Vltavy v Orlické přehradě u Nezanšova. K jejím hlavním přítokům patří zleva Tušť, Kaňovský potok a Tisý potok, zprava Gamza, Černý potok, Dračice a Koštěnický potok. Další významné řeky tohoto území jsou Nežárka, Stropnice, Nová řeka. Klíčovou stavbou pro třeboňské rybniční hospodářství je Zlatá stoka, dlouhá 45,2 km, sloužící k napájení rozsáhlé rybniční soustavy.(David, P., Soukup, V. a kol., 1993)

Třeboňsko patří k turisticky nejatraktivnějším oblastem v České republice. Nabízí bohaté kulturní a technické dědictví a zachovalou přírodu. Nyní se vzhledem k novým podmínkám, daným vstupem ČR do EU, kandidaturou Třeboňského rybníkářského dědictví do světového dědictví UNESCO a vytvořením oblastí NATURA 2000, otevírají nové možnosti a nové podněty pro rozvoj cestovního ruchu na Třeboňsku.(www.trebonsko.cz)

3.3 Životní prostředí

Jihočeský kraj je označován za kraj s nejčistším ovzduším v ČR. Kvalita ovzduší je ovlivňována velkými a malými zdroji znečišťování. Mezi nejvýznamnější velké zdroje znečišťování ovzduší v kraji patří především teplárny větších měst. Dále je významně ovlivňována kvalita ovzduší pokračujícím růstem intenzity automobilové dopravy, zejména pak těžké nákladní dopravy. S tím souvisí zvyšování imisního

a hlukového zatížení velkých sídelních a výrobních center (např. českobudějovická a tábořská sídelní aglomerace, město Soběslav). V oblasti ochrany ovzduší vznikly od roku 2000 krajské koncepční dokumenty jako Územní energetická koncepce Jihočeského kraje, Program snižování emisí Jihočeského kraje a Program ke zlepšování kvality ovzduší Jihočeského kraje.(www.risy.cz)

Celková produkce odpadů v kraji roste i přesto, že klesá produkce nebezpečných odpadů. Nadále je převažujícím způsobem zneškodňování odpadů skládkování. Rovněž problém černých skládek přetrvává, ale přestává být rok od roku významnou zátěží odpadového hospodářství na území kraje. Hustota sítě sběrných dvorů je rozdílná a limituje společně s nízkým ekologickým uvědoměním obyvatelstva třídění odpadu. Problémem separovaného odpadu je také nezajištěný odbyt.(www.risy.cz)

Třeboňsko

Celkově je klima Třeboňska, zejména jeho pánevní části, do určité míry specifické a odlišuje se od okolních oblastí, což je způsobeno polohou a geomorfologií území i velkým zastoupením vodních ploch. Průměrná roční teplota je zde vyšší, 8 °C, než by odpovídalo nadmořské výšce, je zde delší i skutečná délka slunečního svitu. Častý je výskyt vydatných srážek v letním období. Pro Třeboňskou pánev je charakteristický častý výskyt inverzních situací s bezvětřím, kdy dochází zejména v chladnější části roku k delším obdobím se stagnací vzdušných mas v pánvi. V těchto situacích se vyskytují rovněž časté mlhy. Nepříznivý vliv inverzních situací s nedostatečnou ventilací nemá na Třeboňsku naštěstí tak silný vliv na znečištění ovzduší, neboť se zde vyskytuje velmi málo větších emisních zdrojů. Případné problémy mají lokální charakter, např. v centrech obcí s lokálním vytápěním na pevná paliva nebo v bezprostřední blízkosti zatíženějších komunikací.(www.trebonsko.cz)

3.4 Dopravní dostupnost

Limitujícím faktorem rozvoje cestovního ruchu je stav dopravní infrastruktury, zejména hustota a kvalita silniční a železniční sítě.(www.jccr.cz)

Třeboňsko využívá silniční i železniční síť.

Silniční síť

Územím Třeboňska prochází dva hlavní tahy. První ve směru sever-jih tvoří hlavní komunikační spojení silnice č.II/150. Napojuje se u Veselí nad Lužnicí na hlavní silnici č. D3 Praha-České Budějovice a prochází městy Lomnice nad Lužnicí, Třeboň, Majdalena, Suchdol nad Lužnicí, Halámky až ke státní hranici s Rakouskem. Další je silnice č. I/134, která je vedena směrem západ-východ, České Budějovice-Třeboň-Jindřichův Hradec.(Plán péče CHKO Třeboňsko, 1996)

Železniční síť

Třeboňsko má poměrně výhodné železniční spojení. Prochází jím odbočka od hlavní trati Praha-Tábor-Veselí nad Lužnicí-České Budějovice. Železniční trať Veselí nad Lužnicí-Vlkov-Frahelž-Lomnice nad Lužnicí-Lužnice-Třeboň-Chlum u Třeboně-Suchdol nad Lužnicí-Nová Ves nad Lužnicí-České Velenice (úsek hlavního tahu Vídeň-Praha) probíhá celou svou délkou CHKO Třeboňsko.(Plán péče CHKO Třeboňsko, 1996)

3.5 Druhy a formy cestovního ruchu na Třeboňsku

Třeboňsko má vzhledem ke své poloze i přírodním hodnotám vysoký rekreační potenciál. Cestovní ruch zde představuje přitažlivé přírodní prostředí i četnost historických památek. V tomto regionu jsou rozvinuty především formy rekreačního cestovního ruchu, kulturně-poznávacího cestovního ruchu, sportovně-turistického cestovního ruchu a lázeňsko-léčebného cestovního ruchu. Ve velké míře je tato oblast využívána pro pohybovou rekreaci provozovanou v individuálních rekreačních chatách soustředěných především podél řek a rybníků. Další významnou formou cestovního ruchu provozovanou na Třeboňsku je dlouhodobá letní rekreace spojená většinou s koupáním, vodními sporty i pěší turistikou. Velmi významná na Třeboňsku je také vodní turistika a sportovní rybaření. Pobyt rekreatů je při těchto formách rekreace vázán většinou na autokempy, veřejná tábořiště a hotely.

Jelikož můžeme konstatovat, že Třeboňsko má pro cestovní ruch velmi dobré předpoklady, z hlediska druhů cestovního ruchu sem můžeme zařadit ve velké míře jak domácí cestovní ruch, tak i zahraniční aktivní cestovní ruch. Jelikož je zde i velké

množství kempů, jedná se zde ve větší míře o volný cestovní ruch. Z hlediska délky účasti na cestovním ruchu zde převažuje dlouhodobý cestovní ruch.(autorka)

3.6 Význam lokality

Pro koordinaci zájmů cestovního ruchu s ostatními funkčními články území se zařazují oblasti cestovního ruchu podle kvality územních podmínek do čtyř kategorií.

Třeboňsko je zařazeno do oblasti s velmi kvalitními přírodními předpoklady a podmínkami, se širokým souborem funkcí celostátního a mezinárodního významu a se smíšenou časovou využitelností.

Podle rajonizace sídla městského typu ve vztahu k cestovnímu ruchu je Třeboň město se širokým uplatněním, dosahujícím ve vztahu k cestovnímu ruchu nadprůměrné úrovně u obou složek funkčních činností – atraktivit i vybavenosti (kultur, památek, ubytovacích kapacit apod.).

Vlastní zařazení mají i lázeňská místa. Zde se Třeboň řadí do kategorie, která zahrnuje lázeňská místa prvořadého mezinárodního a společenského významu, u nichž je lázeňství podstatnou funkcí a atraktivitou s vysokou úrovní vybavenosti a uplatněním v zahraničním cestovním ruchu.(Vaško, M., 2002)

Konkurence turistického regionu

Na celkovou úspěšnost turistického regionu na trhu cestovního ruchu má vliv zejména:

- poloha a dostupnost regionu pro domácí i zahraniční návštěvníky,
- kvalita přírodních podmínek a atraktivita krajiny,
- bohatství a pestrost nabídky historických památek a kulturních atraktivit,
- úroveň a kvalita nabídky turistické infrastruktury a služeb pro návštěvníky,
- nabídka zajímavých produktů,
- svébytný výraz, značka a identita turistického regionu,
- popř. další faktory (cenová úroveň, bezpečnost atd.) (www.jccr.cz)

Návštěvníci regionu vysoce hodnotí především přitažlivost a rozmanitost krajiny, přírodu a kvalitu životního prostředí. Současně oceňují existující nabídku

a infrastrukturu pro pěší turistiku a cykloturistiku, možnosti výletů, bohatství nabídky kulturních a historických památek.

Nespokojeni mohou být především s omezenými možnostmi pro sportovní a společenské vyžití při špatném počasí a mimo hlavní sezónu. Dále se stavem komunikací, s dopravním značením komunikací II. a III. třídy, s dopravní obslužností některých venkovských sídel.(www.jccr.cz)

3.7 Strategie rozvoje cestovního ruchu Třeboňska

V roce 2006 byla vytvořena koncepce dalšího rozvoje celého Třeboňského regionu. Dokument vychází z poznatků, že Třeboňsko je atraktivní destinací, místem zdravého životního prostředí s unikátní rybníční soustavou a řadou kulturních památek. Návštěvnost Třeboňska se neustále zvyšuje, je však soustředěna převážně do města Třeboně. Navíc se region vyznačuje značnou sezónností cestovního ruchu, převaha návštěvníků přijíždí v letních měsících. (www.mas.cz)

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

- kulturně-poznávací cestovní ruch,
- lázeňsko-zdravotní cestovní ruch,
- kongresový cestovní ruch,
- incentivní cestovní ruch,
- venkovský cestovní ruch,
- sportovní, rekreační a zájmové aktivity,
- gastroturistika.

Všechny tyto oblasti mají v regionu značný potenciál, mohou přilákat nové návštěvníky a díky své nezávislosti na počasí a ročním období dokáží prodloužit turistickou sezónu v regionu.(www.mas.cz)

Lázeňský cestovní ruch na Třeboňsku

Strategie rozvoje cestovního ruchu Třeboňska určila jako jednu ze základních oblastí dalšího rozmachu turismu v regionu lázeňství. Třeboňské lázeňství má tradičně vysokou úroveň lékařské péče, kapacity třeboňských lázeňských domů jsou však celoročně téměř stoprocentně obsazené. V posledních letech roste zájem o rekondiční ozdravné pobyty, zaměřené na prevenci, wellness a relaxační programy. V tomto ohledu jsou třeboňské lázně teprve na počátcích svého rozvoje.

Koncepce turistického rozvoje navrhuje:

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

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

Kulturně-poznávací cestovní ruch na Třeboňsku

Strategie rozvoje cestovního ruchu Třeboňska určila jako jednu ze stěžejních turistických oblastí regionu poznávání kulturních hodnot a památek na Třeboňsku.

Zájem návštěvníků o památky regionu v budoucnu zásadně vzroste, dojde-li k zápisu „Třeboňského rybníkářského dědictví“ do Světového dědictví UNESCO. Na tuto situaci musejí být připraveny jak města a obce v regionu, tak subjekty v oblasti kultury a cestovního ruchu.

Koncepce cestovního ruchu navrhla tato opatření:

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

Gastroturistika na Třeboňsku

Koncepce turistického rozvoje Třeboňska potvrdila jako jeden z potenciálů dalšího rozvoje cestovního ruchu v tomto regionu gastroturistiku. Cílem je zkvalitnit a rozšířit dosavadní nabídku stravovacích možností na Třeboňsku a spojit image regionu se specifickou lokální kuchyní. Stravovací zařízení v tomto regionu nedostatečně využívají potenciál tradiční (tj. rybí) kuchyně. Úroveň celé řady stravovacích zařízení Třeboňska nevyhovuje vzrůstajícím nárokům návštěvníků. Kvalita nabízených služeb navíc neodpovídá relativně vysoké cenové úrovni. Některé druhy zařízení zcela chybí

(mléčný bar, kavárna s brzkou otevírací dobou), jiných je nedostatek (občerstvení levnějšího typu).

Strategie rozvoje cestovního ruchu proto navrhuje tyto programy:

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

3.8 SWOT analýza Třeboňska

Na základě analytického materiálu ve spolupráci s TIC jsou metodou SWOT analýzy definovány silné a slabé stránky cestovního ruchu v třeboňském regionu, jakož i příležitosti a ohrožení pro jeho další rozvoj. Její interpretace se stane základem k vymezení vize dalšího rozvoje regionu a navržení konkrétních opatření k její realizaci.

Tabulka č. 1 SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<p>Krajina a příroda</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ četné vodní plochy, přehradní nádrže, řeky ○ relativně nepoškozené životní prostředí ○ bohatství rostlinných a živočišných druhů ○ péče Chráněné krajinné oblasti Třeboňsko ○ existence přírodních zdrojů pro rozvoj lázeňství 	<p>Krajina a příroda</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ zesílený tlak ochranářů proti dalšímu využití krajiny k aktivitám v oblasti CR
<p>Ekonomický potenciál</p> <p>intenzivní zájem investorů o oblast ekonomická dostupnost služeb CR pro zahraniční i domácí klientelu relativně vysoká úroveň vzdělání pracovníků v CR stabilní ekonomická základna oblasti různorodá nabídka průmyslové a zemědělské výroby, využitelné pro CR (rybářství, pivovarnictví) vybavenost institucemi trhu (banky, cestovní a realitní kanceláře apod.) vysoká koncentrace vědecko-výzkumné základny relativně nízké náklady na pracovní sílu</p>	<p>2. Ekonomický potenciál</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ malá podpora malého a středního podnikání ○ nízká konkurenceschopnost venkovské ekonomiky ○ nedostatečné využívání alternativních zdrojů energie ○ nedostatečná technická infrastruktura ve většině venkovských obcí
<p>Dopravní dostupnost</p> <p>výhodná geografická poloha v blízkosti rozvojové osy Praha-České Budějovice blízkost hranic s Rakouskem hustá síť cyklotras a tratí pro pěší</p>	<p>3. Dopravní infrastruktura</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ nedostatečné přímé spojení železniční dopravou s hlavním městem ○ nízká kvalita komunikací ○ nedostatek parkovacích ploch a jejich špatná vybavenost ○ chybějící letiště ○ nízká kvalita služeb ve veřejné osobní dopravě
<p>Infrastruktura CR</p> <p>existence poměrně široké nabídky ubytovacích kapacit levnějšího typu hustá síť zprostředkovatelů turistických služeb</p>	<p>Infrastruktura CR</p> <p>nedostatečná kapacita a kvality ubytovacích zařízení, zejm. vyššího standardu chybějící nabídka sportovních zařízení (kryté bazény, golfové hřiště)</p>

<p>vyhovující počet stravovacích zařízení široká nabídka pěších turistických tras, rozšiřující se síť cyklotras</p>	<p>nedostatečné množství a pestrost nabídky zařízení pro aktivní trávení volného času (sportovní a zábavní centra) nedostatečná kapacita ubytovacích a stravovacích služeb v malých obcích (otevírací doby apod.) nedostatečné zázemí pro kongresový a incentivní CR nevyužití nebo nedostatečné využití nemovitostí vhodných jako zařízení pro CR</p>
<p>Lázeňství</p> <p>dlouholetá tradice lázeňství opírající se o místní léčebné zdroje značný zájem o obě existující lázeňská zařízení celoroční využití ubytovacích kapacit, které slouží lázeňským hostům</p>	<p>Lázeňství</p> <p>nedostatečná kapacita lázeňských zařízení „odebírání“ ubytovacích kapacit města lázeňskou klientelou v průběhu letní sezóny Neexistence lázeňského korza</p>
<p>6. Nabídka turistických možností</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ množství architektonických památek značné kulturní hodnoty ○ památky technického rázu (rybníční soustava, mosty, mlýny, koněpřežka, úzkokolejka) ○ bohatá folklorní tradice ○ tradice regionálních produktů (keramika, gastronomie, pivo) ○ kulturní tradice (filmové a hudební festivaly, divadelnictví, umělecké přehlídky, poutě, výstavnictví) ○ tradice vzdělávacích a kulturních institucí (existence několika středních škol, přítomnost dvou výzkumných ústavů <u>Akademie věd ČR</u> a Státního oblastního archivu Třeboně) ○ šance na zápis části rybníční soustavy a historického jádra Třeboně na Seznam světového dědictví UNESCO 	<p>6. Nabídka turistických možností</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ nedostatečná nabídka mimosezónních produktů ○ nedostačující nabídka kulturních a sportovních aktivit ○ nedostatečná nabídka pro jednotlivé věkové skupiny (pro mladé lidi, pro seniory, rodiny s dětmi) ○ malá nabídka nových produktů v lázeňství (wellness, manažerské pobyty) ○ neúplný systém navigace (chybějící značení v Třeboně)
<p>7. Přeshraniční spolupráce</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ řada realizovaných projektů se sousedním Rakouskem (cyklostezky, kongresy, slavnosti, výstavy) ○ široká zahraniční partnerská spolupráce obcí oblast 	<p>7. Přeshraniční spolupráce</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ malá koordinovanost aktivit ○ nedostatečná propagace

<p>8. Třeboňsko jako turistická destinace</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ tradice CR v regionu ○ vysoké povědomí o Třeboňsku jako turistické destinaci ○ vysoká „věrnost“ návštěvníků a ochota se vracet ○ každoroční konání významných kulturních přehlídek a festivalů ○ délka pobytu turistů (v porovnání s průměrem značně vyšší) 	<p>8. Třeboňsko jako turistická destinace</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ nedostatek akcí v mimosezónním období ○ konkurence akcí v hlavní turistické sezóně ○ značná sezónnost s výjimkou lázní
<p>9. Informační servis, marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ relativně aktivní a kvalitní síť vnější propagace Třeboňska ○ existence sítě informačních center ○ začínající rozvoj internetových portálů věnovaných oblasti 	<p>9. Informační servis, marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ absence jednotného informačního systému CR na celostátní úrovni ○ nedostatečná nabídka informací na internetových portálech ○ malá možnost on-line rezervací nabízených produktů ○ nefungující provázaný systém aktuálních kapacit či služeb ○ chybí jednotná podoba propagace regionu ○ absence cíleného regionálního marketingu

Zdroj: www.mas.cz

Tabulka č. 2 PŘÍLEŽITOSTI	OHROŽENÍ
1. Krajina a příroda <ul style="list-style-type: none"> ○ atraktivita přírody a krajiny regionu ○ tvorba nových naučných stezek 	1. Krajina a příroda <ul style="list-style-type: none"> ○ Zátěž přírody vlivem CR
2. Ekonomické podmínky <ul style="list-style-type: none"> ○ rozvoj malého a středního podnikání v cestovním ruchu ○ očekávaný příliv zahraničních investic ○ využití obnovitelných zdrojů energie ○ využití dotačních prostředků pro rozvoj CR ○ posílení mimoprodukčních funkcí zemědělství (agro- a hipoturistika) ○ realizace regionálních podnikatelských sítí 	2. Ekonomické podmínky <ul style="list-style-type: none"> ○ útlum ekonomické aktivity ve vazbě na nedokonalou infrastrukturu ○ nepřipravenost regionu na vytváření podmínek pro zahraniční investory ○ vylidňování venkova, příhraničních oblastí a městských center
3. Dopravní infrastruktura <ul style="list-style-type: none"> ○ napojení regionu na dálniční síť a rychlostní komunikace ○ zkvalitnění služeb veřejné dopravy a zvýšení preference hromadné dopravy ○ zavedení přímých autobusových spojů s hlavním městem, především v hlavní turistické sezóně ○ podpora individuální letecké dopravy; výstavba letiště 	3. Dopravní infrastruktura <ul style="list-style-type: none"> ○ zhoršující se kvalita komunikací v regionu ○ nedostatek prostředků pro údržbu sítě komunikací ○ nedostatečná obslužnost venkovských oblastí
4. Infrastruktura CR <ul style="list-style-type: none"> ○ rozšíření ubytovacích a stravovacích kapacit ○ využití volného bytového fondu na venkově pro rekreační účely (chaty, chalupy) ○ další budování cyklotras, využití vodních cest ○ možnost využití vytěžených pískoven pro rekreaci a CR 	4. Infrastruktura CR <ul style="list-style-type: none"> ○ soustředění turistiky do několika málo turistických oblastí ○ stále nízký standard kvality turistických služeb ○ chybějící koordinace postupu regionálních institucí a podnikatelských subjektů v CR při budování turistických zařízení ○ rizika kapitálové návratnosti do budování turistické infrastruktury ○ konkurence rakouské turistické nabídky
5. Lázeňství	5. Lázeňství

<ul style="list-style-type: none"> ○ možnost lázeňskou turistikou snižovat sezónnost CR na Třeboňsku ○ v důsledku rozšíření lázeňství nárůst pracovních míst ○ společensko-kulturní přínos lázní (vybudování dalších kult. a zábavních zařízení) ○ využití rozvojových šancí lázeňství (nové tendence – wellness, relaxační pobyty) ○ vybudování lázeňské kolonády 	<ul style="list-style-type: none"> ○ využívání ubytovacích zařízení v regionu lázeňskými hosty povede ke zvyšování nedostatku těchto kapacit pro ostatní turisty
<p>6. Nabídka turistických produktů</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ využití předpokládaného zařazení Třeboňského rybníkářského dědictví na Seznam světových památek UNESCO pro rozvoj CR ○ prostřednictvím CR posílení malého a středního podnikání ○ využití možnosti zemědělského podnikání (předpoklad pro rozvoj agroturistiky a hipoturistiky) ○ využití turistického potenciálu území vzhledem k poloze mezi centry Třeboň, Jindřichův Hradec, Gmünd ○ rozvoj moderních produktů CR ○ rozvoj ekologicky přijatelných forem CR v rámci trvale udržitelného využívání krajinného a přírodního bohatství ○ rozvoj kongresové a konferenční turistiky 	<p>6. Nabídka turistických produktů</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ nepřipravenost regionu na nárůst návštěvnosti v souvislosti se zápisem na listinu UNESCO ○ podceňování kvality služeb ○ nedostatečná spolupráce soukromého a veřejného sektoru při přípravě turistických produktů ○ trvající přetíženost hlavní turistické sezóny
<p>7. Přeshraniční spolupráce</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ intenzivní navázání přímých zahraničních kontaktů v kulturních aktivitách ○ rozvoj jazykového vzdělávání pracovníků v CR ○ usnadnění přímých zahraničních kontaktů v kulturních aktivitách ○ propojení cyklotras a ubytovacích objektů s příhraničním regionem Waldviertel 	<p>7. Přeshraniční spolupráce</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ podceňování dalšího (především jazykového) vzdělávání pracovníků v CR
<p>8. Třeboňsko jako turistická destinace</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ zvýšení rozsahu a tím hospodářského významu CR na Třeboňsku 	<p>8. Třeboňsko jako turistická destinace</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ zahlcení regionu turisty, např. v případě zařazení Třeboňska do Seznamu světových památek UNESCO
<p>9. Informační servis, marketing CR</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ podpora jednotného regionálního marketingu CR na Třeboňsku 	<p>9. Informační servis, marketing CR</p>

<ul style="list-style-type: none">○ zapojení obyvatel do projektů, využití jejich osobního vztahu k regionu○ prezentace regionu v zahraničí○ příprava specifických programů pro zvýšení zahraniční návštěvnosti	<ul style="list-style-type: none">○ nekoordinovanost regionální marketingové činnosti v ČR○ nepřiměřenost marketingových kampaní pro zvýšení návštěvnosti z pohledu trvale udržitelného rozvoje○ nedostatečná prezentace památkového fondu
---	--

Zdroj: www.mas.cz

3.9 Zhodnocení SWOT analýzy Třeboňska

Krajina a příroda

Z analýzy návštěvnosti jednoznačně vyplynulo, že oblíbenost třeboňského regionu souvisí s přírodním bohatstvím kraje. Čisté životní prostředí, krajina s množstvím vodních ploch a udržovaných venkovských staveb navozuje u turistů představu Třeboňska jako malebné krajiny, ideální pro odpočinek a relaxaci.

Slabými místy jsou některé zanedbané zemědělské objekty, na jejichž odstraňování se postupně pracuje.

Kulturněhistorické památky

Třeboňský region disponuje řadou městských i vesnických architektonických památek. Podle průzkumů návštěvnosti jsou právě historické památky nejčastější motivací k návštěvě této oblasti. Kulturní dědictví tvoří spolu s množstvím přírodních atraktivit regionu, zejména rybníků, hlavní turistický kapitál třeboňského kraje.

Potenciálem pro další rozvoj je větší propagace památek technického charakteru - rybníční soustava, mosty, mlýny, koněspřežka, které svůj efekt z CR teprve zvyšují.

Dopravní dostupnost

Dobře je turisty hodnocena úroveň a početnost tras pro pěší turisty a cyklostezek. Také napojení na sousední Rakousko je hodnoceno kladně (počet přechodů i jejich variant pro pěší a cyklisty je dostačující).

Slabým místem dopravy na Třeboňsku je jednak špatný technický stav některých komunikací, především ale nedostatek parkovacích ploch. Návštěvníci negativně hodnotí i nedostatečnou obslužnost regionu veřejnou dopravou, malou provázanost železniční a autobusové dopravy, nedostatečné přímé spojení s hlavním městem železnicí.

Infrastruktura CR

Z průzkumů vyplývá, že v regionu existuje poměrně široká nabídka ubytovacích kapacit levnějšího typu, schází však zařízení vyššího standardu (vícehvězdičkové hotely). Ani zařízení nízkých cenových hladin není přesto v regionu dostatek. V hlavní turistické sezóně poptávka po ubytování, zejména v Třeboni, výrazně převyšuje

nabídku. Situaci ještě komplikuje fakt, že část lázeňských hostů využívá také veřejné ubytovací prostory ve městě, zejména hotely a penziony.

Úroveň ubytovacích zařízení se v globálu zvyšuje, stále však nedosahuje naprosto uspokojivé úrovně, srovnatelné se standardem v zemích Evropské unie a jejímu zlepšování je třeba nadále věnovat pozornost. Jako žádoucí se jeví například zavedení certifikace kvality a její kontrola jejího dodržování.

Nabídka stravování je hodnocena poměrně nízko, zvláště pokud se týká úrovně služeb a zaměstnanců v těchto zařízeních. Je nutné zlepšit jazykovou vybavenost pracovníků v gastronomii a také rozšířit počet restaurací, nabízející regionální speciality a tradičních třeboňské pokrmy.

Nabídka turistických produktů

Zde je podle výzkumů mezi návštěvníky regionu jedno z nejproblémovějších míst. Chybí zde především nabídka pro mimosezónní období a pro špatné počasí (krytý bazén, haly na squash, tenis apod.). Netýká se to jen sportovního vyžití, ale i kulturních zařízení a akcí. Odstranění tohoto problému by se mělo stát jednou z priorit při snaze o další rozvoj turismu v regionu.

Lázeňství

V regionu existují v současné době dvě lázeňská zařízení, která zvyšují přitažlivost Třeboňska jako turistické destinace. Poptávka ukazuje, že zde existuje návštěvnický potenciál pro rozšíření dosavadních zařízení, resp. vybudování lázní nových. Efekt, který by takové vybudování přineslo, je několikerý – příliv nových návštěvníků, uvolnění ubytovacích kapacit ve městě, využívaných dosud lázeňskými hosty, zřízení nových pracovních míst a společensko-kulturní přínos (vybudování dalších kult. a zábavních zařízení).

Přeshraniční spolupráce

V současné době existují ojedinělé projekty spolupráce se sousedním Rakouskem (vybudování cyklostezek, pěších turistických tras apod.). Tyto aktivity je vhodné podporovat a dále rozvíjet. Vhodná je další propagace těchto činností a zvýšení povědomí o nich u třeboňských návštěvníků. Přeshraniční spolupráce je v této chvíli orientována převážně na sportovní projekty, existuje nevyužitý potenciál v oblasti kulturních aktivit.

Marketing

Marketingová činnost je soustředěna jen na velká města regionu (zejména Třeboň), schází však aktivity v ostatních místech oblasti a koordinace marketingové činnosti v rámci celého Třeboňska. Především schází kvalitní marketingová studie regionu Třeboňsko. V ní je třeba jasně stanovit cílové skupiny návštěvníků, kteří mají být osloveni. Je třeba i zintenzivnit propagaci regionu v zahraničí, např. prostřednictvím agentury CzechTourism nebo distribucí tiskovin do českých kulturních center v zahraničí.

Informační servis

V regionu je dostatečná síť informačních středisek, disponujících kompetentními pracovníky, chybí však uspokojivá nabídka informací na internetových portálech. Dále výrazně chybí možnost on-line rezervací nabízených produktů a fungující provázaný systém aktuálních kapacit či služeb.

Zde je velká slabina třeboňské turistické nabídky a je třeba tento rozvojový faktor nepodcenit. Nedostatek informací zveřejňovaných na internetu může v budoucnu celkovou situaci CR v regionu nepříznivě ovlivnit.(www.mas.cz)

Srovnání četnosti skupin silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení

Pro větší přehlednost bylo pomocí sumarizace provedeno srovnání četnosti skupin silných, slabých stránek, příležitostí a hrozeb výše zpracované SWOT analýzy.

Tabulka č. 3 Srovnání četnosti skupin silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení

OBLAST	SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY	PŘÍLEŽITOSTI	OHROŽENÍ
Krajina a příroda	5	1	2	1
Ekonomické podmínky	8	4	6	3
Dopravní infrastruktura	3	5	4	3
Infrastruktura CR	4	6	4	5
Lázeňství	3	3	5	1
Nabídka turistických možností	7	5	7	4
Přeshraniční spolupráce	2	2	4	1
Třeboňsko jako turistická destinace	5	3	1	1
Informační servis, marketing	3	6	4	3

Zdroj: www.mas.cz

4 IKS MĚSTA TŘEBOŇ

4.1 Kategorizace turistických informačních center

Turistická informační centra lze kategorizovat dle norem A.T.I.C. Rozlišují se čtyři kategorie informačních center podle splnění schváleného minimálního standardu a podmínek činnosti turistických informačních center. Informační a kulturní středisko města Třeboň je členem A.T.I.C.

Kategorie A – republikové IC – označeno čtyřmi hvězdičkami

- centrum je otevřeno po celý rok
- podává informace o celé České republice
- otevírací doba je zajištěna 7 dní v týdnu
- do informačního centra je bezbariérový přístup
- poskytuje bezplatně verbální informace o ČR ve 3 světových jazycích
- zajišťuje průvodcovskou činnost v místě působení
- zprostředkovává ubytovací činnost v ČR
- zprostředkovává průvodcovskou činnost v ČR

Kategorie B – oblastní IC – označeno třemi hvězdičkami

- centrum je otevřeno po celý rok
- podává informace o celém regionu (oblasti)
- otevírací doba je šest dní v týdnu
- poskytuje bezplatně verbální informace o oblasti (regionu) ve 2 světových jazycích
- zprostředkovává průvodcovskou a ubytovací činnost
- je vybaveno výpočetní technikou vhodnou k napojení na informační síť A.T.I.C. ČR

Kategorie C – místní celoroční – označeno dvěma hvězdičkami

- centrum je otevřeno po celý rok

- podává informace o místě své působnosti
- otevírací doba činí 5 dnů v týdnu
- poskytuje bezplatně verbální informace o místě minimálně v 1 světovém jazyce

Kategorie D – sezónní informační centrum – označeno jednou hvězdičkou

- centrum není otevřeno celý rok, slouží k podávání informací v sezóně
- otevírací doba činí minimálně pět dní v týdnu
- poskytuje bezplatně verbální informace o místě min. v jednom světovém jazyce
(www.atic.cz)

Podle uvedených kategorizací spadá informační a kulturní středisko města Třeboň do kategorie B.

4.2 Hlavní účel a předmět příspěvkové organizace

Hlavním účelem je poskytování informačních služeb, pořádání kulturních, kulturně-vzdělávacích a společenských akcí, provozování kulturních a kulturně-vzdělávacích zařízení, podpora cestovního ruchu v regionu.

Předmětem činností je pořádání kulturních, kulturně-vzdělávacích a společenských akcí včetně pořádání výstav, veletrhů, přehlídek a obdobných akcí. Provozování kulturních a kulturně-vzdělávacích zařízení, jako je kino, divadlo, výstavní sál, radniční věž, knihovna a expozice. Vydávání a prodej informačních a propagačních materiálů. Tvorba, koordinace a podíl na zajišťování projektů pro podporu cestovního ruchu. Prodej vstupenek na vlastní kulturní akce, ale i akce jiných pořadatelů z celého regionu, informační služba, zprostředkování a rezervace služeb v cestovním ruchu, reprografické a faxové služby, propagace města v regionu, vydávání městského měsíčníku, zajištění přístupu na internet pro veřejnost, provozování počítačového centra, vydávání vlastních propagačních materiálů, průvodcovská činnost (prohlídky městské památkové rezervace, divadla J. K. Tyla, krajiny a přírody ve spolupráci s CHKO Třeboňsko) a turistický a ubytovací servis.

Informační a kulturní středisko dále provozuje tyto objekty:

Radniční věž, výstavní sál Pod Věží, divadlo J.K.Tyla, kino Světozor, městskou knihovnu, kongresové a kulturní centrum Roháč a trvalou expozici „Krajina a lidé“.

Dále se IKS podílí na organizaci festivalů jako jsou například Anifilm, Třeboňská Nocturna k počtě Emy Destinnové, Zimní Třeboňská nocturna, Historické slavnosti Jakuba Krčína, Lázeňská Třeboň, Rybářská Třeboň, Květinová Třeboň, Ples města Třeboně a Třeboňský divadelní festival.(www.trebon-mesto.cz)

4.3 Analýza finančních zdrojů informačního a kulturního střediska

Informační a kulturní středisko je příspěvkovou organizací. Finanční zdroje mu plynou od města Třeboň, které mu vydává příspěvky na provoz a dále formou grantových programů. Jedním z příkladů jsou granty od Jihočeského kraje. Další grant, který informační a kulturní středisko získává je grant od Dispozičního fondu INTERREG IIIA, což je grant od evropské unie. Dále se informační a kulturní středisko snaží získávat příspěvky prostřednictvím reklamy od třeboňských podnikatelů.

4.4 Profil návštěvníků informačního a kulturního střediska

Profil návštěvníků byl vytvořen na základě samostatného výzkumu ve spolupráci s informačním a kulturním střediskem v Třeboni.

Návštěvníky informačního a kulturního střediska můžeme rozdělit do několika skupin. První skupinou jsou turisté, kteří do Třeboně přijeli z cizích měst, například za rekreací, sportem nebo za poznáním kulturních a historických památek. Tito turisté nejčastěji požadují informace o možném ubytování, stravování, dopravních spojkách a informace o možných výletech a kulturních akcích.

Další skupinou jsou zahraniční turisté. Ti nejčastěji požadují podobné informace jako domácí turisté, například mohou být rozšířeny o překladatelské služby, které informační a kulturní středisko poskytuje v několika jazycích, jako je angličtina, němčina, ruština, španělština a francouzština .

Poslední skupinou jsou obyvatelé regionu Třeboň. Ti nejčastěji vyžadují informace o dopravních spojích, možnost využití internetu a dále nákup vstupenek na různé kulturní akce.

Hlavní cílové skupiny návštěvníků:

- milovníci přírody (turisté zajímající se o poznání přírodních pozoruhodností),
- kulturně orientovaní návštěvníci („kulturní turisté“),
- sportovci, aktivně orientovaní turisté (cyklisté, pěší turisté, vodáci, rybáři),
- návštěvníci vyhledávající odpočinek („rekreanti“, rodiny s dětmi, senioři),
- lázeňští hosté.

4.5 Vývoj počtu návštěvníků IKS Třeboň

Následující tabulka znázorňuje vývoj počtu návštěvníků informačního a kulturního střediska v letech 2006 až 2009.

Tabulka č. 4: Vývoj počtu návštěvníků IKS Třeboň

	Tuzemští hosté	Zahraníční hosté	Telefonáty	Celkem
r. 2006	71 257	10 318	699	82 274
r. 2007	72 513	10 906	705	84 124
r. 2008	72 708	10 833	756	84 297
r. 2009	75 218	7 440	798	83 456

Zdroj: IKS Třeboň

Z tabulky je zřejmé, že návštěvnost informačního a kulturního střediska každým rokem roste, s výjimkou roku 2009, kdy významně klesla návštěvnost zahraničních turistů. Jednou z příčin může být celosvětová ekonomická krize, která měla negativní vliv na cestovní ruch nejen pro Českou republiku.

4.6 Dotazníkové šetření IKS

Součástí dotazníkového šetření prováděného v rámci projektu byl zpracován krátký dotazník určený informačnímu a kulturnímu středisku Třeboň. Následující otázky byly zodpovězeny zaměstnanci IKS.

Otázka č. 1: Jaké jsou 3 nejčastěji požadované služby v době letní sezóny?

Mezi nejvíce požadované služby v době letní sezóny patří prodej cyklomap, následují informace o infrastruktuře a autobusových spojích. Třetí nejpožadovanější službou v těchto měsících je poskytování informací o možném ubytování.

Otázka č. 2: Jaké jsou 3 nejčastěji požadované služby v ostatních měsících?

V těchto měsících zaměstnanci uvedli jako nejpožadovanější službu předplatné na různé kulturní akce a divadlo. I v těchto měsících je velmi často požadováno poskytnutí informací o možném ubytování a poslední významnou službou jsou administrativní činnosti, jako je například kopírování, faxování apod.

Otázka č. 3: Jaký je segment turistů, kteří nejčastěji využívají Vašich služeb?

Nejčastěji využívají služeb IKS lázeňští hosté a dále pak krátkodobí turisté, kteří se v Třeboni zdržují maximálně tři dny.

Otázka č. 4: Má IKS Třeboň v roce 2010 připraven pro turisty nový produkt?

V roce 2010 není připraven žádný nový produkt cestovního ruchu, ale IKS plánuje projekt na užší spolupráci s Českými drahami, který by se měl uskutečnit v podzimních měsících tohoto roku.

4.7 SWOT analýza IKS

Velký význam pro cestovní ruch na Třeboňsku má informační a kulturní středisko Třeboň, které má samozřejmě své silné stránky, ale také různá ohrožení. Podrobněji jsou znázorněny v následující SWOT analýze.

Tabulka č. 5: SWOT analýza IKS Třeboň

Silné stránky <ul style="list-style-type: none">- Stálá expozice Krajina a lidé,- Průvodcovská činnost,- Pořádání festivalů,- Pořádání řemeslných trhů,- Vysoká odbornost personálu,- Spolupráce se zahraničními partnery.	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">- Nedostatečná inovace stávajících produktů,- Nedostatečné zavádění nových produktů.
Příležitosti <ul style="list-style-type: none">- Virtuální prohlídka na internetových stránkách,- Projekt Strašidelné pověsti a památné stromy,- Tvorba nových produktů a inovace stávajících.	Ohrožení <ul style="list-style-type: none">- Trvající přetíženost v hlavní turistické sezóně,- Možné omezení dotací a grantů,- Malá nabídka informací na internetových portálech.

Zdroj: autorka

Zhodnocení SWOT analýzy IKS

Z analýzy IKS vyplynulo, že silné stránky nadprůměrně převyšují slabé stránky. Lze konstatovat, že stávající nabídka produktů IKS je dostatečná. Jednou z hrozeb pro IKS je možné omezení grantů a dotací do budoucna. Vzhledem k tomu, že jsou významným finančním zdrojem pro provoz, mohly by omezit strukturu nabídky IKS.

Další hrozbou, nejen pro turistické informační centrum, je stálá přetíženost hlavní turistické sezóny. S touto přetížeností souvisí hned několik problémů. Může to být například nedostatek ubytovacích a stravovacích možností, ale také stále chybějící některá zařízení, která by mohla návštěvníka uspokojit i mimo hlavní sezónu. Odstranění tohoto problému je velmi důležité pro rozvoj cestovního ruchu na Třeboňsku. Dále je jednou z hrozeb turistického informačního centra malá nabídka informací na internetových portálech. Nedostatek informací zveřejňovaných na internetu by v budoucnu mohl vést k nepříznivému ovlivnění cestovního ruchu na Třeboňsku. Příležitostmi turistického informačního centra je tvorba nových produktů, které by přilákaly nové návštěvníky, ale vedly i k opakované návštěvě Třeboňska. Další příležitostí pro turistické informační centrum je inovace stávajících produktů.

5 TŘEBOŇSKÉ LÁZNĚ V SOUČASNOSTI

Třeboňské lázně nyní nabízejí pobyt a léčbu ve dvou lázeňských domech - v Bertiných lázních a v Lázních Aurora. Oba lázeňské domy jsou v majetku města.(www.aurora.cz)

5.1 Charakteristika společnosti Bertiny Lázně s. r. o.

Bertiny lázně jsou nestátní zdravotnické zařízení s jediným vlastníkem, kterým je město Třeboň. Hosty Bertiných lázní jsou převážně klienti zdravotních pojišťoven a to cca 77% (dle počtu ošetřovacích dnů).

Bertiny lázně se nacházejí v historickém centru města Třeboně, v těsné blízkosti městské památkové rezervace. Součástí Bertiných lázní je relaxační komplex s víceúčelovým rehabilitačním bazénem s různými masážními efekty, whirlpoolem, saunou a párou. V roce 2006 bylo započato s výstavbou wellness haly v celkové hodnotě 30 mil. Kč financované z fondu EU. Hala je součástí Sport parku Berta a v současnosti nabízí tenis v pevné hale, tenis na dvou otevřených kurtech, volejbal na jednom otevřeném kurtu, krytý squashový kurt, venkovní hřiště na petanque, bowlingovou dvoudráhu v novém pizza restaurantu.

Ubytovací prostory nabízejí jednolůžkové a dvoulůžkové pokoje vybavené sprchou, WC, televizí, rádiem, lednicí s minibarem a telefonem s přímou volbou nebo luxusní apartmány s možností připojení faxu a bezdrátového připojení k internetu. V rámci rozšíření služeb zajišťují Bertiny lázně rovněž rekondiční a relaxační pobyty, které jsou vhodné pro stavy únavy a snížené výkonnosti, zlepšení kondice, rekonvalescence či snížení nadváhy a také preventivní a léčebné pobyty pro ženy, sportovce a manažery, zaměřené na revitalizaci nejen pohybového aparátu, ale i celého organismu. (www.itrebon.cz)

Základní údaje lázeňského subjektu

Obchodní jméno:	Bertiny lázně Třeboň s. r. o.
Hlavní sídlo:	Tylova 1, Třeboň, PSČ 379 15
IČO:	600 67 837
DIČ:	CZ60067837
Rok vzniku:	1994
Registrace:	Nestátní zdravotnické zařízení
Právní forma:	Společnost s ručením omezeným

Tabulka č. 6: Vývoj počtu jednotlivých druhů klientů v lázních Berta

Počty jednotlivých druhů klientů	2006	2007	2008
VZP	1 914	2 009	2 004
Ostatní pojišťovny	1 344	1 250	1 298
PLP	935	932	845
Samoplátci zahraničí	124	70	34
Samoplátci domácí	4 817	4 903	5 969
Celkem	9 134	9 164	10 190

Zdroj: Výroční zpráva lázní Berta 2008

Z tabulky je zřejmé, že nejvíce lázeňskou péčí ve znázorněných letech využívalo v Bertiných lázních tuzemských samoplátců. Velkou část tvořili také klienti Všeobecné zdravotní pojišťovny. Z tabulky vyplývá současný trend, kdy lázně zaměřují svou nabídku na tuto cílovou skupinu, na tzv. wellness klienty, kteří si pobyt hradí sami bez účasti zdravotních pojišťoven.

5.2 Charakteristika společnosti Lázně Aurora s. r. o.

Lázeňský komplex Aurora je také nestátní zdravotnické zařízení, jehož vlastníkem je město Třeboň. Celkový počet lůžek samotných lázní je 450, dalších 250 míst je v okolních hotelích a penzionech.

Lázně Aurora se nachází na západním okraji jihočeského města Třeboně v klidném prostředí rozsáhlého parku na břehu rybníka Svět. Specializují se na léčení poruch pohybového aparátu, revmatických chorob, poúrazových a pooperačních stavů a celkovou rekondici těla i mysli. Převažuje zde klientela z řad samoplátců.

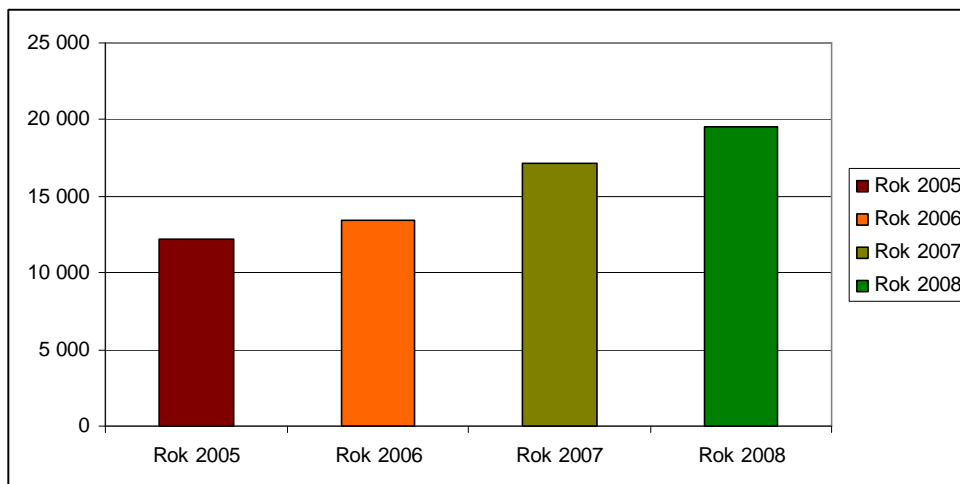
Hlavní léčebnou metodou jsou slatinné koupele a zábaly a dále pak bylinné, uhličitě či perličkové koupele, vířivé lázně horních a dolních končetin, skotské stříky, elektroléčebné a světloléčebné procedury, pohybové terapie, masáže, parafínové zábaly, kryoterapie, akupunktura, inhalace, oxygenoterapie,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

Součástí lázeňského komplexu jsou i kongresové prostory, restaurace, bary, obchody, plavecký bazén se slanou vodou, aqua centrum s vodními atrakcemi (tobogán, divoká řeka, whirlpools, hydromasážní lavice, chrliče, vodní hřib), fitness, tělocvična, sauna, solárium, squash, bowling, kadeřnictví, kosmetika, manikúra, pedikúra a internetová místnost.(www.region-trebonsko.cz)

Základní údaje lázeňského subjektu

Obchodní jméno:	Lázně Aurora s. r. o.
Hlavní sídlo:	Lázeňská 1001, Třeboň, PSČ 379 13
IČO:	25179896
DIČ:	CZ25179896
Rok vzniku:	1975
Registrace:	Nestátní zdravotnické zařízení
Právní forma:	Společnost s ručením omezeným

Graf č. 1: Vývoj celkového počtu klientů v lázních Aurora za období 2005 – 2008



Zdroj: autorka

Z grafu je zřejmé, že počty klientů každým rokem rostou. V roce 2008 navštívilo toto zařízení 19 569 klientů, což je o 2 477 více než v roce 2007.

5.3 Shrnutí

Bertiny lázně i lázně Aurora mají mnoho společných rysů:

- Mají společného vlastníka.
- Poskytované procedury jsou v zásadě stejné či velice podobné (zeměřené na pohybové ústrojí).
- Některé procesy jsou shodné či velice podobné.
- Jsou umístěny ve stejném městě.
- Mají přibližně podobnou strukturu klientely.

5.4 Klienti

Klientelu obou lázeňských zařízení lze shrnout do tří skupin:

- pacienti s péčí hrazenou pojišťovnou,
- samoplátci,
- wellness klienti.

V souhrnu obou lázní stále ještě převažují klienti od zdravotních pojišťoven, ale jejich počet stále více klesá a zvyšuje se zájem o tzv. wellness pobyty, na které lázně nejsou zcela připraveny. Dalším evidentním trendem je stárnutí populace, který s sebou pravděpodobně ponese větší zájem o lázeňské objekty a dále reformy ve zdravotnictví, kde se očekává větší účast pacientů na léčbě.

Jako zvláštní druh klienta musíme uvést zdravotní pojišťovny, které většinu pobytů hradí. S nimi mají lázně smlouvy s jasně danými podmínkami a cenami. Vzhledem k velikosti těchto subjektů a velkému objemu dat, které jsou sdílené, by bylo vhodné použít jednotný informační systém pro jejich předávání.

Dalším důležitým partnerem z oblasti klientely jsou cestovní kanceláře, které po sepsání rámcové smlouvy lázním poskytují wellness klienty a klienty ze zahraničí.

5.5 Dodavatelé

Partnery lázeňských zařízení Třeboň jsou zejména monopolní dodavatelé energií: elektřiny, plynu, tepla a vody. Dále dodavatelé materiálu pro zabezpečení léčebných procesů a v neposlední řadě to jsou dodavatelé potravin a nápojů pro rozsáhlé stravovací provozy.

Základní parametry pro volbu dodavatelů jsou:

- Cena dodávaného zboží,
- Doba dodání zboží,
- Schopnost dodat požadované množství,
- Kvalita dodávek,
- Doba splatnosti faktur,
- Pravidla pro uplatnění reklamace, či nároku na úhradu škody při zpožděné dodávce.

5.6 Konkurence

Za přímou konkurenci lze považovat lázně se specializací na stejné indikace jako lázně Třeboň. Za hlavní konkurenty lázní Třeboň lze tedy považovat:

- Lázně Teplice v Čechách
- Lázně Velichovky
- Lázně Bohdaneč
- Lázně Darkov
- Lázně Bechyně s. r. o.
- Lázně Bělohrad
- Lázně Jáchymov s. r. o.
- Lázně Kunratice

Poskytovatelé wellness služeb v okolí, kterých stále přibývá, mohou být také hrozbou. Většinou mohou přitahovat klienty na větší komfort poskytovaných služeb. Oproti tomu mají lázně výhodu ve slatiných koupelích a procedurách a také odbornému lékařskému doзору.

Dalšími významnými konkurenty jsou i okolní hotely a penziony (do některých lázní své klienty umísťují, ty jsou pak nazývány depandance).

Tabulka č. 7: Významní konkurenti lázeňských zařízení

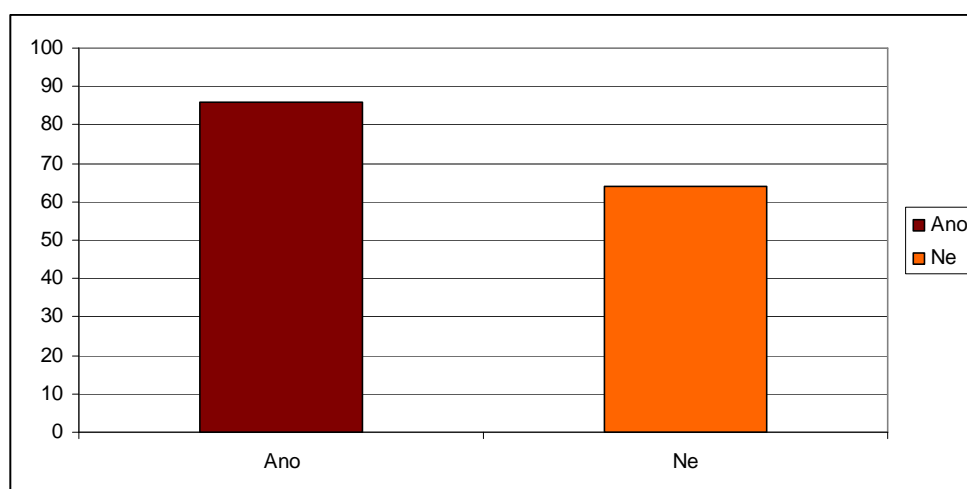
Ubytování	Restaurace
Hotel Zlatá Hvězda	Morava
Hotel Myslivna	U Zámku
Hotely Bohemia a Regent	Vinárna Morava
Hotel Galerie	Rožmberská bašta
Hotel Bílý Koníček	Bistro u kapra
Hotel Romantic	Plzeňská restaurace
Penzion Bašta	U Třeboňského kola
Penzion na Lukách	Šupina a Šupinka
Penzion Modrá růže	Rybářská bašta
Penzion Siesta	Rondo
Penzion Gracie	Daskabát
Penzion Zlatá stoka	
Penzion u Míšků	
Vila Barunka	

Zdroj: autorka

5.7 Vyhodnocení dotazníků

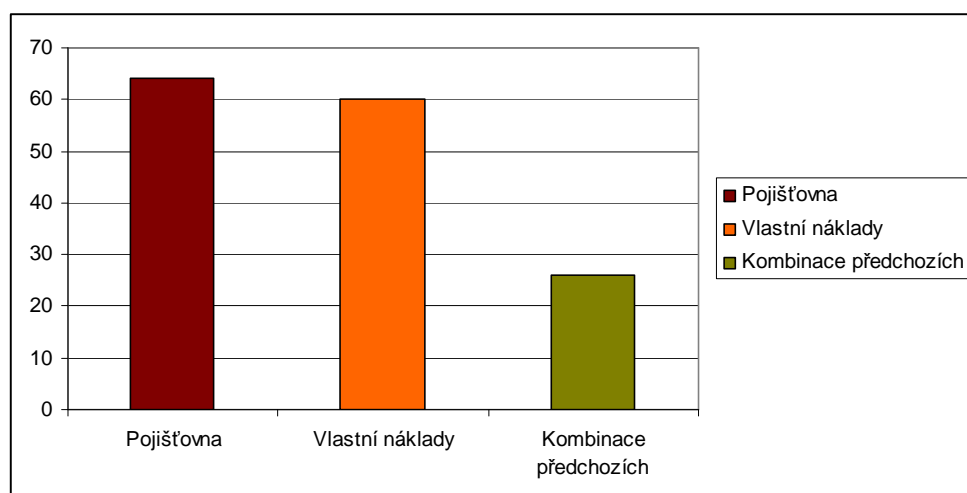
Výzkum se uskutečnil v zimních měsících v lázních Berta a Aurora. Výzkum byl prováděn metodou „face to face“. Celkem bylo dotazováno 150 respondentů.

Graf č. 2: Navštívili jste toto zařízení již někdy dříve?



Z grafu č. 2 vyplývá, že většina dotazovaných navštívila toto zařízení již v minulosti, z čehož můžeme usoudit, že byli s poskytovanými službami spokojeni.

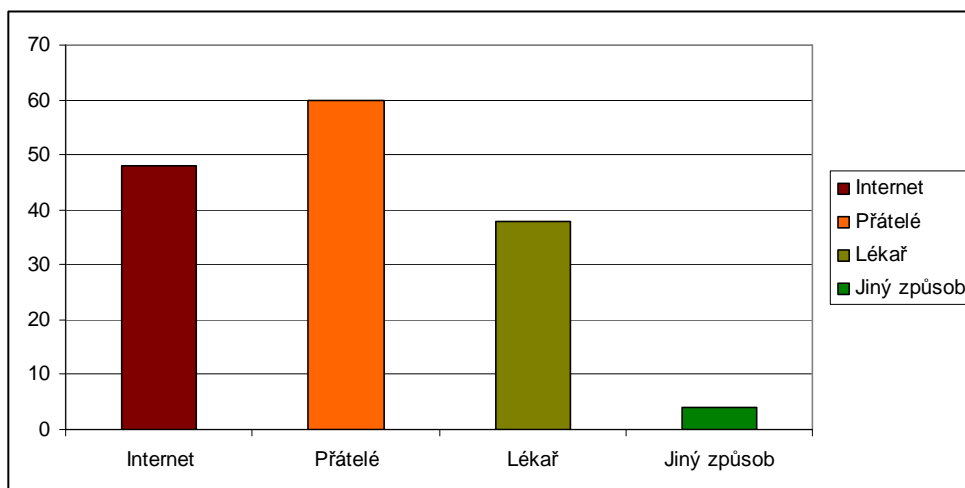
Graf č. 3: Jakým způsobem hradíte tento pobyt?



Graf č. 3 znázorňuje, že dvě možnosti úhrady jsou téměř vyrovnané. Převážná část dotazovaných tedy hradí svůj pobyt buď to vlastními náklady a nebo je pobyt

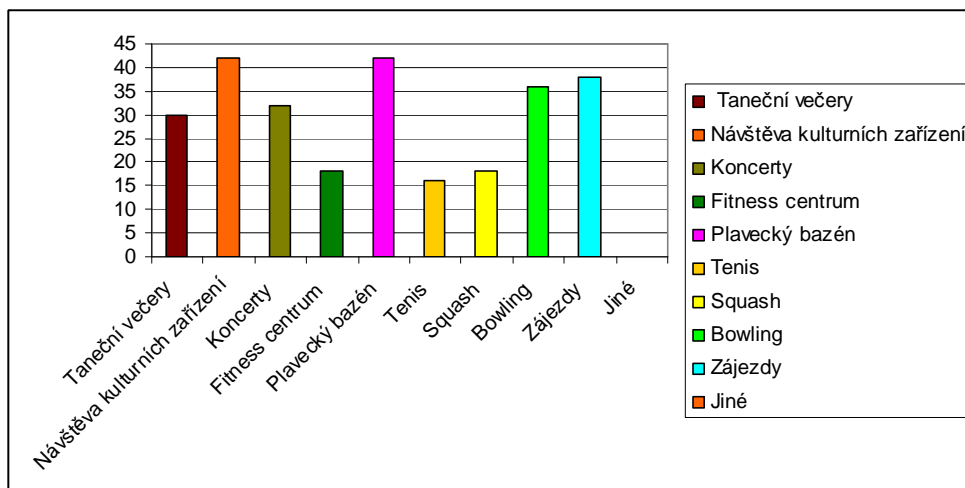
hrazen zdravotní pojišťovnou. Pouze necelých 30 respondentů hradí svůj pobyt kombinací vlastních nákladů a zdravotní pojišťovny.

Graf č. 4: Jakým způsobem jste se o tomto zařízení dozvěděli?



Z grafu č. 4 je vidět, že převážná část dotazovaných se o lázeňských zařízeních dozvěděla od svých přátel. Velká většina také prostřednictvím internetu a dále pak od svého ošetřujícího lékaře. Jako další způsoby byly uvedeny časopis a rodina.

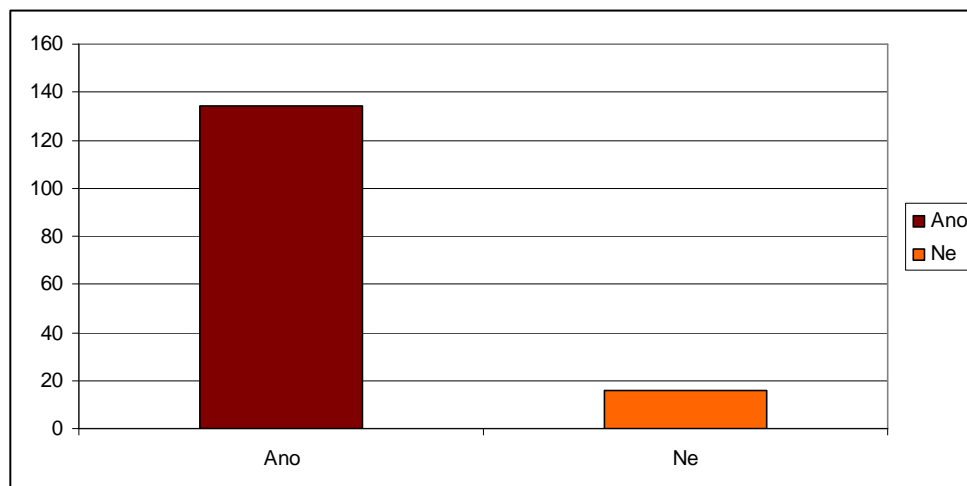
Graf č. 5: Jaké služby nad rámec tohoto pobytu využíváte?



Mezi nejčastěji využívané služby nad rámec pobytu byly uvedeny návštěvy místních kulturních zařízení, jako je kino a divadlo a návštěva plaveckého bazénu, který je součástí obou lázeňských zařízení. Mezi další oblíbené služby lze zařadit bowling,

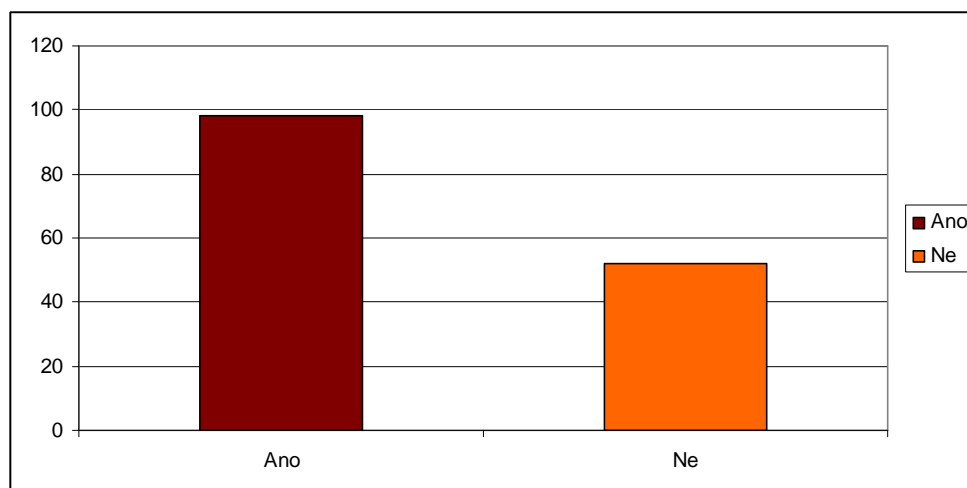
různé zájezdy, které lázně organizují a také taneční večery, které se konají několikrát týdně přímo v lázních. Jako jiné byly zmiňovány například procházky do přírody, relaxace a odpočinek

Graf č. 6: Jste spokojeni s úrovní poskytovaných služeb?



Tento graf znázorňuje, že převážná většina dotazovaných je s poskytovanými službami obou zařízení spokojena.

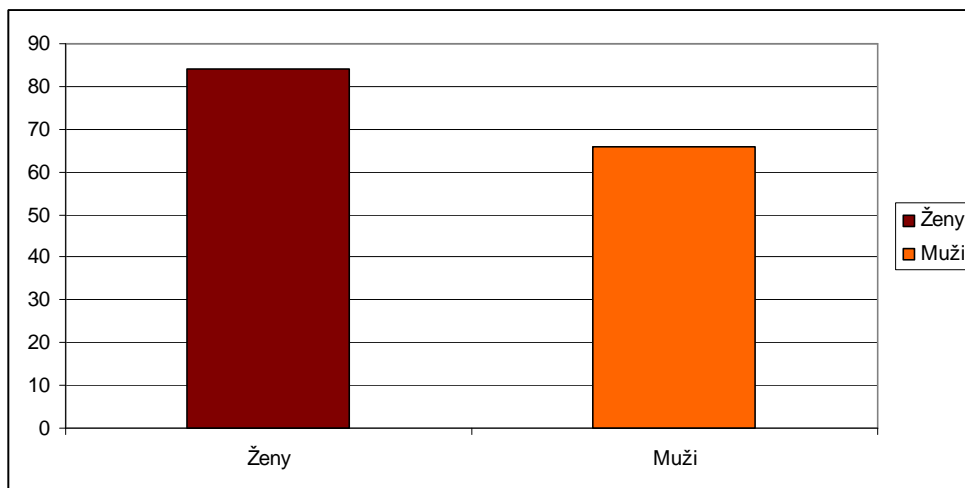
Graf č. 7: Uvažujete o opakované návštěvě tohoto zařízení?



Z grafu je zřejmé, že téměř 2 třetiny dotazovaných hodlá toto zařízení znovu navštívit.

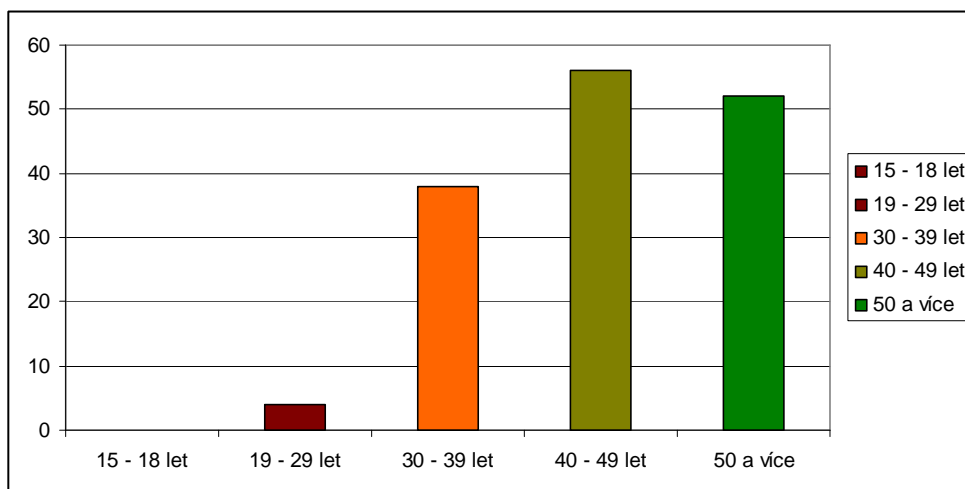
Údaje o respondentovi

Graf č. 8: Pohlaví



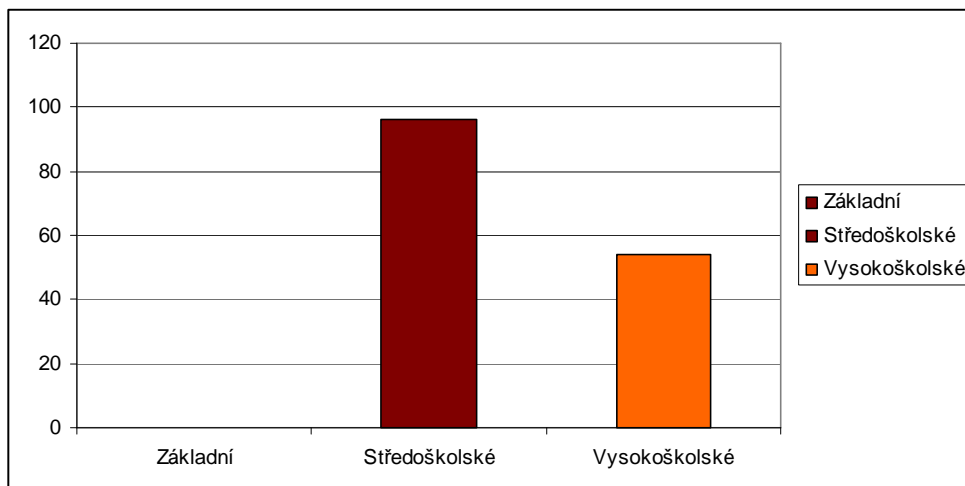
Z tohoto grafu je zřejmé, že bylo dotazováno téměř stejné množství žen i mužů.

Graf č. 9: Věk



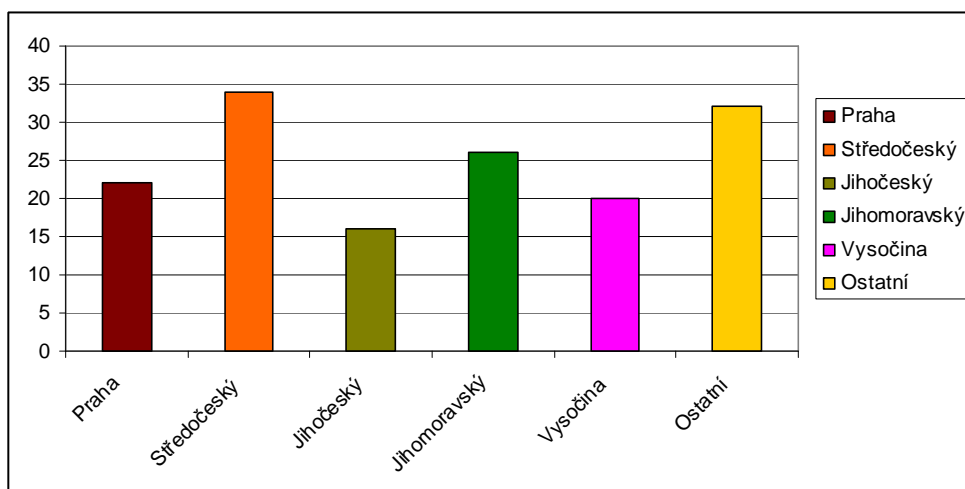
Největší počet respondentů byl ve věku 40 až 49 let, velkou část dotazovaných tvořila skupina respondentů ve věku 50 let a více. Naopak ve věku mladší než 18 let nebyl ani jeden z dotazovaných.

Graf č. 10: Vzdělání



Většina dotazovaných měla dosažené středoškolské vzdělání, ale velkou část tvořili respondenti s dosaženým vysokoškolským vzděláním.

Graf č. 11: Bydliště



Poslední graf znázorňuje, že největší část dotazovaných byla z kraje Praha a Středočeského kraje. Dále pak velkou část tvořili návštěvníci z kraje Vysočina a Jihomoravského kraje. Mezi ostatní byly zařazeny kraj Plzeňský, Královehradecký, Pardubický a Olomoucký.

5.8 SWOT analýza lázeňských zařízení

SWOT analýza zkoumá silné a slabé stránky společnosti a také příležitosti a ohrožení, které jsou spojeny s činností společnosti a které ji mohou ovlivňovat. Díky SWOT analýze je možné vyhodnotit současný stav společnosti a odhalit jak budoucí hrozby, tak možnosti rozvoje.

Tabulka č. 8: SWOT analýza lázeňských zařízení v Třeboni

Silné stránky <ul style="list-style-type: none">- Umístění nedaleko centra města,- Výhodná poloha (okolí vhodné pro turistiku),- Budova po rekonstrukci (lázně Berta),- Slatinné lázně,- Nově vybudovaný Sport park (lázně Berta),- Odpolední procedury (možné pro veřejnost),- Nově zrekonstruovaný provoz wellnesscentr (lázně Aurora),- Kvalita a odbornost služeb,- Vzhled a kvalita internetových stránek.	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">- Nedostatečné kapacity ubytování a stravování,- Přetížení hlavní turistické sezóny,- Chybějící jednotný informační systém- Absence lázeňské péče pro děti a dorost.
Příležitosti <ul style="list-style-type: none">-Zahraniční klientela,- Wellness klientela,- Zvýšení ubytovacích kapacit,- Služby veřejnosti,- Produkty pro rodiny s dětmi,- Stárnutí populace,- Současný životní styl obyvatel,- Produkty na zvýšení zájmu mimo sezónu.	Ohrožení <ul style="list-style-type: none">- Konkurence ve stravování a ubytování,- Nová zařízení zaměřená na wellness,- Změny v legislativě,- Případné zrušení hrazené lázeňské péče.

Zdroj: autorka

Zhodnocení SWOT analýzy

Z analýzy lázní je zřejmé, že silné stránky značně převyšují slabé stránky. Lze také konstatovat, že současné množství nabízených produktů je dostatečné. Mezi významné hrozby patří konkurence stávajících hotelů a restaurací, které lázně sami využívají v době letní sezóny, kdy dochází k jejich přetížení. Další významnou hrozbou pro lázeňská zařízení jsou stávající hotely poskytující wellness služby, ale také nová zařízení, která by tyto služby poskytovaly. A v neposlední řadě je velkou hrozbou možná změna legislativy a případné utlumení či zrušení hrazené péče, to by pro lázně určitě představovalo významné snížení počtu klientů, přičemž tyto klienti stále tvoří velké procento z celkové návštěvnosti lázní.

Z analýzy též vyplývá mnoho příležitostí pro lázně, nejvýznamnější lze uvést tvorbu produktů na zvýšení návštěvnosti mimo hlavní turistickou sezónu.

6 NÁVRH PRODUKTU

Z analýzy Třebońska jednoznačně vyplynulo, že Třeboňsko je významné především přírodním a kulturním bohatstvím kraje. Čisté životní prostředí, krajina s nespočtem krásných rybníků, udržovaných venkovských staveb a celou řadou technických památek navozuje u turistů představu, že Třeboňsko je ideální místo pro odpočinek a relaxaci.

Ze zjištěných výsledků je zřejmé, že největším problémem nejen lázeňských zařízení, ale také celého Třeboňského regionu je přetížení hlavní turistické sezóny. Vzhledem k tomu, že Třeboňsko je oblast rybníků a krásné přírody, rozhodla jsem se zpracovat produkt, který je zaměřen na Třeboňskou tradici a to jsou známé výlovy místních rybníků a který by mohl přilákat turisty i mimo hlavní turistickou sezónu.

Tento produkt bude organizován lázněmi Berta v Třeboni. Jelikož se lázně specializují spíše na dlouhodobé pobyty, ubytování a stravování bude zajištěno v Hotelu Romantic, který je vzdálený pouze několik metrů od lázní Berta. Propagace bude zprostředkována turistickým informačním centrem v Třeboni a lázněmi Berta. Propagace bude formou malého plakátu, reklamou na internetových stránkách lázní a IKS a také reklamou v místním měsíčníku, který vydává informační a kulturní středisko Třeboň. Dalším způsobem propagace bude elektronické oslovení klientů lázní, kteří již v minulosti některý z krátkodobých produktů lázní navštívili.

6.1 Návrh produktu cestovního ruchu

Název produktu: „PODZIMNÍ TŘEBOŇ“ – 3-denní program pro děti i dospělé

Datum

Přesné datum zatím není stanoveno, bude upřesněno podle data výlovu vybraného rybníku. Předpokládané měsíce jsou září a říjen.

Cílový segment

Produkt je zaměřen na všechny věkové kategorie. Cílem je přilákat do Třeboně i mladší generace a rodiny s dětmi.

Obsah produktu

Ubytování

Vzhledem k tomu, že lázně se specializují spíše na dlouhodobé pobyty, ubytování bude zajištěno v nově otevřeném rodinném hotelu Romantic , který je vzdálený pouhých 300m od lázeňského zařízení Berta.

Hotel má k dispozici 26 pokojů, každý s jedinečným designem inspirovaným 26 květinami z jihočeských luk a zahrádek. Nachází se v klidové části centra Třeboně, 4 minuty chůze od hlavního náměstí.

Poskytované služby:

- Relax zóna – vířivá vana a sauna
- Snídaně v ceně ubytování
- Internet zdarma
- Vlastní parkoviště střežené kamerovým systémem
- Možnost úschovy kol
- Dětské postýlky
- Nekuřácké prostředí

Stravování

Stravování formou plné penze, tzn. snídaně, obědy a večeře přímo v hotelu Romantic. Jelikož je produkt zaměřen na třeboňskou tradici rybaření, bude i stravování zaměřeno na rybí pokrmy. To znamená, že každý den bude do nabídky hlavních jídel zařazena alespoň jedna rybí specialita.

3-denní kurz přípravy rybích pokrmů – každé odpoledne od 14 do 17 hod.

V rámci krátkodobého pobytu bude možnost seznámit se s přípravou rybích pokrmů, nejen z treboňského kapra, ale i z ostatních sladkovodních ryb. Kurz bude probíhat v restauraci Adéla, v lázních Berta. Zájemci o tento kurz se budou moci prakticky podílet nejen na výrobě pokrmů, ale i na zpracování a úpravě rybího masa pod dohledem odborného šéfkuchaře.

Třetí den proběhne slavnostní ukončení kurzu formou degustace vytvořených pokrmů, na které si budou moci absolventi kurzu pozvat doprovod. Jako bonus za jejich zájem o tento kurz dostane každý účastník kuchařku rybích specialit.

Přednáška – druhý den pobytu dopoledne

Přednáška bude zaměřena na historii rybníkářství na Třeboňsku v rozsahu jedné hodiny a bude se konat v salonku v lázních Berta.

Program pro děti

V případě, že tento produkt využijí rodiny s dětmi, bude pro děti zajištěn program. Pokud budou rodiče absolvovat kurz vaření, bude po tuto dobu o jejich děti postaráno. Například možnost návštěvy bazénu v lázních Berta za asistence plavčíka:

- chytání ryb v bazénu (umělých),
- plavání s kapříky,
- závody v plavání.

Dále možnost různých soutěží a sportovního vyžití v areálu lázní za asistence odborného dozoru.

Výlov rybníka – třetí den dopoledne

Vedle podívané na vlastní výlov bude pro návštěvníky na hrázi rybníka připravena i celá řada doprovodných akcí. Bude zde možnost bohaté nabídky rybích specialit, včetně ryb uzených a různé druhy nápojů. Nebude samozřejmě chybět ani prodej živých ryb.

Doprava na výlov bude zajištěna mikrobusem lázní Berta. Součástí produktu bude pro zájemce poukaz na zakoupení rybích specialit a nápojů v hodnotě 200 Kč na osobu.

„Kapří ples“ - třetí den večer

Na závěr programu se uskuteční „Kapří ples“, který se bude konat v areálu lázní Berta. O zábavu celého večera se postará kapela. Nebude chybět ani bohatá tombola.

6.2 Kalkulace produktu

Kalkulace se bude skládat ze tří částí. Nejprve budou vykalkulovány náklady vynaložené na produkt lázněmi Berta, následně bude vykalkulována cena produktu pro jednoho účastníka a jako poslední bude vypočten hrubý zisk pro lázeňské zařízení.

Tabulka č. 8: Náklady na produkt vynaložené lázněmi Berta

SLUŽBA	CENA
Kuchař	3 000,-
Plavčík	300,-
Instruktor	1 200,-
Přednáška	300,-
Doprava	200,-
Kapela	2 500,-
Tombola	2 000,-
Nákup hraček	1 000,-
Poukazy	2 400,-
Kuchařka	1 200,-
Tisk plakátů	75,-
Suroviny na kurz	6 000,-
Výzdoba na ples	1 000,-
NÁKLADY CELKEM	21 175,-

Zdroj: Autorka

Tabulka č. 8 znázorňuje náklady, které lázně vynaloží na tvorbu produktu.
Celkové vynaložené náklady tedy budou činit 21 175 Kč.

Tabulka č. 9: Tvorba ceny produktu

SLUŽBA	CENA NA OSOBU	CELKEM
Ubytování vč.snídaně (dvoulůžkový pokoj)	600 Kč /osoba/den	1 800,-
Stravování (obědy, večeře)	300 Kč/osoba/den	900,-
Suroviny na kurz vaření	250 Kč/osoba/den	500,-
Poukaz na výlov rybníka	200 Kč/osoba	200,-
Plavčík	15 Kč/osoba/den	30,-
Instruktor pro děti	50 Kč/osoba/den	100,-
Kuchař	90 Kč/osoba/den	270,-
Kapela na ples	210 Kč/osoba	210,-
Tombola	170 Kč/osoba/den	170,-
Doprava na výlov	20 Kč/osoba/den	20,-
Přednáška	25 Kč/osoba/den	25,-
Kuchařka	100 Kč/osoba	100,-
Tisk plakátů	10 Kč /osoba	10,-
Výzdoba na ples	90 Kč/osoba	90,-
Nákup hraček	90 Kč/osoba	90,-
Celkem		4 515,-
Cena včetně marže 20 %		5 500,-
CENA PRODUKTU	Cena na 1 osobu	5 500,- bez DPH
		6 600,- včetně DPH

Zdroj: Autorka

Tabulka č. 9 znázorňuje jednotlivé služby, které bude navržený produkt obsahovat. Předpokládaná kapacita produktu je 12 osob.

Vzhledem k tomu, že ubytování a stravování je poskytováno hotelem Romantic, lázně tuto částku hotelu zaplatí. Lázně za zprostředkování ubytování získají marži 20 % z celkové částky zaplacené za ubytování.

Tabulka č. 10: Výpočet hrubého zisku pro lázně Berta

Cena za ubytování při plné obsazenosti (12 osob)	21 600,-	1 800 x 12
Marže pro lázně za zprostředkování ubytování (20 %)	4 320,-	21 600 x 0,2
Cena za stravování při plné obsazenosti	10 800,-	900 x 12
Částka placená lázněmi hotelu Romantic	28 080,-	21 600 – 4 320 + 10 800
Tržba pro lázně při plné obsazenosti	79 200,-	6 600 x 12
Tržba po odvodu za ubytování a stravu hotelu Romantic	51 120,-	79 200 – 28 080
Náklady vynaložené lázněmi na produkt	21 175,-	
Hrubý zisk pro lázně při plné obsazenosti	29 945,-	51 120 – 21 175
Návratnost investice produktu	Obsazenost minimálně 4 osoby 6 600 x 4 = 26 400	

Zdroj: autorka

Tabulka znázorňuje výpočet hrubého zisku pro lázně Berta. Hrubý zisk tedy bude činit 29 945 Kč při plné obsazenosti. Návratnost investice nákladů bude při minimální obsazenosti produktu čtyřmi osobami.

7 ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo analyzovat poskytované služby cestovního ruchu v lázeňském městě Třeboň. Provést výzkum nabídky a poptávky produktů turistického informačního centra a dále výzkum nabídky a poptávky lázeňských zařízení.

Úvodní kapitoly této práce měly za úkol seznámit s problematikou cestovního ruchu a přiblížit rámeček zpracování práce a metodiku práce.

Na základě situační analýzy Třeboňska bylo zjištěno, že toto území patří mezi turisticky nejatraktivnější oblasti v České republice. Je to dáno především jeho výhodnou polohou a čistým životním prostředím. Dále nabízí turistům nespočet možností jak kulturního, tak sportovního vyžití.

Po zhodnocení Třeboňska pomocí SWOT analýzy bylo zjištěno několik problémů, které mohou mít vliv na rozvoj cestovního ruchu. Mezi nejzávažnější se řadí přetíženost hlavní turistické sezóny. V tomto období poptávka silně převyšuje nabídku. Přetíženost je zaznamenána především v ubytovacích a stravovacích zařízeních. Jednou z příčin tohoto problému je využívání ubytovacích a stravovacích prostor lázeňskými hosty. Přestože v Třeboni v současné době existují dvě lázeňská zařízení, jejich kapacita je nedostatečná. Jedním z řešení tohoto problému je možné vybudování nových lázní. S přetížeností hlavní turistické sezóny dále souvisí malá nabídka zařízení vhodných pro mimosezónní období. Tento problém by mohl být odstraněn například výstavbou zařízení jako je krytý bazén, haly na squash, tenis, tvorbou nových produktů zaměřených na zpestření minisezóny apod. Odstranění těchto problémů by mohlo vést k rozvoji turismu na Třeboňsku.

Velmi významnou úlohu v rozvoji cestovního ruchu na Třeboňsku má informační a kulturní středisko Třeboň. Z provedené analýzy TIC vyplynulo, že nabídka produktů je dostatečná. Jednou z hrozeb je možné omezení grantů a dotací do budoucna. Vzhledem k tomu, že jsou významným finančním zdrojem pro provoz, mohly by omezit strukturu nabídky. Další hrozbou, nejen pro turistické informační centrum, je stálá přetíženost hlavní turistické sezóny.

Z analýzy lázní je zřejmé, že silné stránky značně převyšují slabé stránky. Lze také konstatovat, že současné množství nabízených produktů je dostatečné. Mezi

významné hrozby patří konkurence stávajících hotelů a restaurací, které lázně sami využívají v době letní sezóny, kdy dochází k jejich přetížení. Další významnou hrozbou pro lázeňská zařízení jsou stávající hotely poskytující wellness služby, ale také nová zařízení, která by tyto služby poskytovala. A v neposlední řadě je velkou hrozbou možná změna legislativy a případné utlumení či zrušení hrazené péče, to by pro lázně určitě představovalo významné snížení počtu klientů, přičemž tyto klienti stále tvoří velké procento z celkové návštěvnosti lázní.

Z analýzy též vyplývá mnoho příležitostí pro lázně, nejvýznamnější lze uvést tvorbu produktů na zvýšení návštěvnosti mimo hlavní turistickou sezónu.

Jelikož společným výsledkem všech analýz je stále přetížení hlavní turistické sezóny, byl na jejím základě vytvořen produkt, který by mohl vést ke zpestření mimo sezónu na Třeboňsku. Produkt bude zprostředkován lázeňským zařízením Berta. Cílem nového produktu je zvýšit atraktivitu současné nabídky produktů, přilákat nové návštěvníky a motivovat stávající k opakované návštěvě lokality. Třeboň je místo rybníků a rybářské tradice, proto je produkt zaměřen právě na tuto tradici.

8 SUMMARY

The aim of the present thesis was to analyze the services provided to tourists in the spa town of Třeboň. It also brings surveys made on the offer and demand for the products distributed through the information center and on the offer and demand for spa facilities.

The introductory chapters give an overview of the issues related to the tourist industry and give an outline of the framework and methodology used while elaborating this thesis.

Given the outcome of the situational analysis of the Třeboň region, it was found out that this area counts among the most sought-after regions of the Czech Republic by tourists. The reasons for this include a great location and clean environment. Moreover, it has a lot more options in culture and sports tourist can choose from.

After carrying out SWOT analysis on the region of Třeboň, several issues were identified which may have an impact on the development of the tourist industry. One of the most critical is the fact the high season is overloaded. During this period, the demand substantially exceeds the offer. Overloaded are mainly the facilities providing accommodation and food. The reason for this is the fact such facilities are also used by spa guests. Although there are two spa complexes in Třeboň at the moment, their capacities are insufficient.

Building a new spa complex might be a solution to this problem. Overloadness of the high season is closely connected with a limited offer of facilities suited for low-season periods. This issue might be sorted out by building new facilities that would include, for example, indoor swimming pool, indoor squash and tennis courts, and introducing new products aimed at making the low season more diverse. Eliminating such issues has a potential to boost the tourist industry in the Třeboň region.

Since the common outcome of the analyses is the constant high-season overloadness, a new product has been developed in order to diversify the low season in the region. The product in question shall be communicated and mediated by the spa complex Berta. The new product is meant to improve the attractiveness of the current

range of products offered in Třeboň, to attract new customers, and motivate the existing visitors to re-visit the region. Třeboň is a place of many ponds and fishing tradition so the new product is based on this very tradition.

9 PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY

9.1 Odborná literatura

- [1] HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*, Praha, FORTUNA, 2006, ISBN 80-7168-948-3
- [2] ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*, konsorcium Praha, IDEA SERVIS, 1999, ISBN 80-85970-27-9
- [3] ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*, konsorcium Praha, IDEA SERVIS, 1992, ISBN 80-85970-02-3
- [4] FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*, Univerzita Palackého, Olomouc, 2003, ISBN 80-244-0719-1
- [5] MALÁ, V. a kol. *Základy cestovního ruchu*, Praha, VŠE, 2002, ISBN 80-245-0439-1
- [6] PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*, konsorcium Praha, IDEA SERVIS, 1999, ISBN 80-85970-29-5
- [7] KOLEKTIV AUTORŮ *Plán péče CHKO Třeboňsko*, rukopis, 1996
- [8] HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*, Grada Publishing, s.r.o., 2001, ISBN 80-247-0447-1
- [9] INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch I*, Praha, VŠE, 2004, ISBN 80-245-0799-4
- [10] ČERTÍK, M. a kol. *Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení*, OFF, s.r.o., Praha, 2001, ISBN 80-238-6275-8
- [11] VAŠKO, M. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*, VŠE, Praha, 2002, ISBN 80-245-0445-6
- [12] DAVID, P., SOUKUP, V. a kol. *Průvodce po Čechách, Moravě a Slezsku*, S a D, Praha, 1993
- [13] KNOP, K. a kol. *Lázeňství – ekonomika a management*, Praha, Grada Publishing, 1999
- [14] SEIFERTOVÁ, V. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*, VŠ cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, PRAGOLINE, 2003, ISBN 80-86592-00-6

[15] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*, Praha: ČR – Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002

[16] VÝROČNÍ ZPRÁVA LÁZNÍ BERTA, 2008

9.2 Internetové zdroje

[17] <http://www.uzis.cz> [cit. 2010-02-06].

[18] <http://www.mzcr.cz> [cit. 2010-02-07].

[19] <http://www.lecebne-lazne.cz> [cit. 2010-03-10].

[20] <http://www.spas.cz> [cit. 2010-03-10].

[21] <http://www.aurora.cz> [cit. 2010-02-22].

[22] <http://www.jccr.cz> [cit. 2007-03-11].

[23] <http://www.trebonsko.cz> [cit. 2007-03-11].

[24] <http://www.risy.cz> [cit. 2010-02-05].

[25] <http://www.mas.cz> [cit. 2007-02-15].

[26] <http://www.atic.cz> [cit. 2007-02-15].

[27] <http://www.itrebon.cz> [cit. 2010-03-02].

[28] <http://region-trebonsko.cz> [cit. 2010-03-02].

[29] <http://trebon-mesto.cz> [cit. 2010-02-07].

10 SEZNAM TABULEK A PŘÍLOH

10.1 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: SWOT analýza Třeboňska – silné a slabé stránky

Tabulka č. 2: SWOT analýza Třeboňska – příležitosti a ohrožení

Tabulka č. 3: Srovnání četnosti skupin silných a slabých stránek, příležitosti a ohrožení

Tabulka č. 4: Vývoj počtu návštěvníků IKS Třeboň

Tabulka č. 5: SWOT analýza IKS Třeboň

Tabulka č. 6: Vývoj počtu jednotlivých druhů klientů v lázních Berta

Tabulka č. 7: Významní konkurenti lázeňských zařízení

Tabulka č. 8: Náklady na produkt vynaložené lázněmi Berta

Tabulka č. 9: Tvorba ceny produktu

Tabulka č. 10: Výpočet hrubého zisku pro lázně Berta

10.2 Seznam příloh

Příloha č. 1 – Mapa Třeboňska

Příloha č. 2 – Dotazník pro informační a kulturní středisko Třeboň

Příloha č. 3 – Dotazník pro návštěvníky lázeňských zařízení v Třeboni

Příloha č. 4 – Fotografie rybníční soustavy na Třeboňsku

Příloha č. 5 – Mapa rybníků na Třeboňsku

11 PŘÍLOHY

Příloha 1 – Mapa Třeboňska



Zdroj: www.region-treboňsko.cz

Příloha 2 – Dotazník pro IKS Třeboň

DOTAZNÍK

Dobrý den,

následující dotazník je součástí dotazníkového šetření prováděného v rámci projektu pro zpracování diplomové práce.

Vyhodnocené informace budou použity pouze pro účely tohoto výzkumu.

Děkuji Vám za čas věnovaný vyplnění tohoto dotazníku.

1. Uveďte 3 nejčastěji požadované služby v době letní sezóny:
2. Uveďte 3 nejčastěji požadované služby v ostatních měsících:
3. Uveďte segment turistů, kteří nejčastěji využívají Vašich služeb:
4. Má IKS Třeboň v roce 2010 připraven pro turisty nový produkt?

Příloha 3 – Dotazník pro návštěvníky lázeňských zařízení

DOTAZNÍK

Dobrý den,

následující dotazník je součástí dotazníkového šetření prováděného v rámci projektu pro zpracování diplomové práce.

Vyhodnocené informace budou použity pouze pro účely tohoto výzkumu, který je anonymní.

Děkuji Vám za čas věnovaný vyplnění tohoto dotazníku.

1. Navštívili jste toto zařízení již někdy dříve?

- a) ANO b) NE

2. Jakým způsobem hradíte tento pobyt?

- a) vlastní náklady b) pojišťovna c) kombinace
předchozích

3. Jakým způsobem jste se o tomto zařízení dozvěděli?

- a) internet
b) přátelé
c) lékař
d) jiným způsobem, uveďte.....

4. Jaké služby nad rámec tohoto pobytu využíváte?

- a) taneční večery f) tenis
b) návštěvy kulturních zařízení g) squash
c) koncerty h) bowling
d) fitness centrum ch) zájezdy
e) plavecký bazén i) jiné, uveďte.....

5. Jste spokojeni s úrovní poskytovaných služeb?

a) ANO

b) NE

6. Uvažujete o opakované návštěvě tohoto zařízení?

a) ANO

b) NE

Údaje o respondentovi (pouze pro statistické vyhodnocení)

Pohlaví:

a) Muž

b) Žena

Věk:

a) 15- 18 let

b) 19 – 29

c) 30 – 39

d) 40 – 49

e) 50 a více

Nejvyšší dosažené vzdělání:

a) základní

b) středoškolské

c)

vysokoškolské

Místo vašeho bydliště:

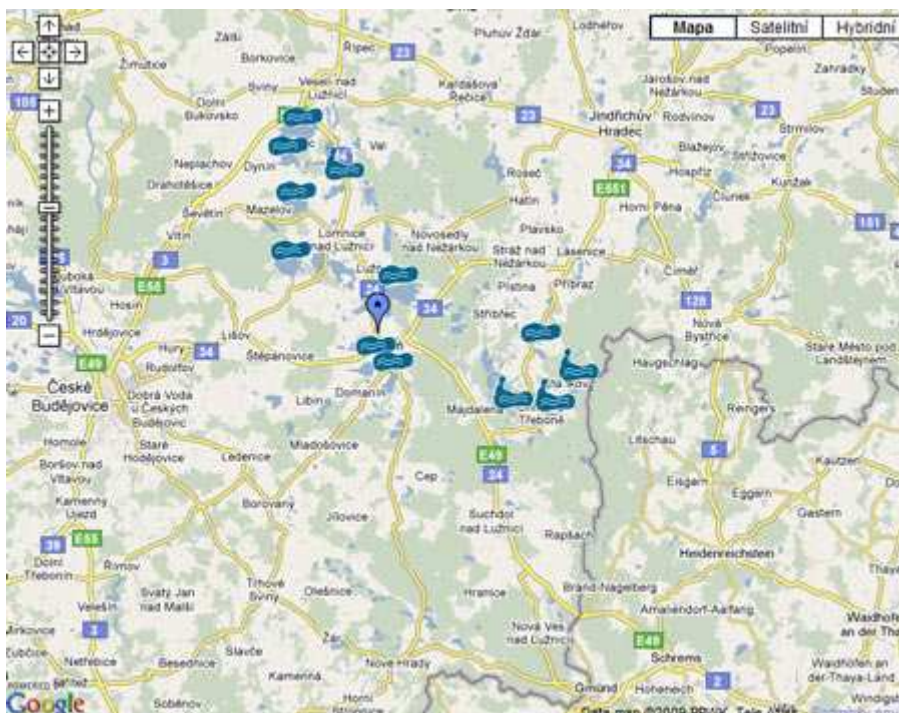
DĚKUJI ZA SPOLUPRÁCI!!!

Příloha 4 – Fotografie rybníční soustavy na Třeboňsku



Zdroj: www.zamky-hrady.cz

Příloha 5 – Mapa rybníků na Třeboňsku



Zdroj: www.trebonskykapr.cz

