

Univerzita Hradec Králové

Fakulta informatiky a managementu

Katedra rekreologie a cestovního ruchu

**Vliv fyzicko-geografických faktorů na realizaci vybraných
turistických produktů**

Ovlivnění vybraných služeb na Litoměřicku

Bakalářská práce

Autor: Martina Kovářová

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: RNDr. Jiří Petera

Hradec Králové

listopad 2015

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 7.11.2015

Martina Kovářová

Poděkování:

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce RNDr. Jiřímu Peterovi za odborné vedení, trpělivost a individuální přístup.

Poděkování patří také všem, kteří mi věnovali svůj čas a poskytli cenné rady. V neposlední řadě děkuji respondentům za ochotu a poskytnutí informací, bez kterých by nebylo možné práci dokončit.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou vlivu klimatického průběhu sezóny na využití ubytovacích služeb v okrese Litoměřice.

První oddíl teoretické části se zabývá vymezením služeb cestovního ruchu se zaměřením na ubytovací služby, jejich charakteristiku a marketing. Další oddíl teoretické části přibližuje klimatické faktory a jejich význam pro cestovní ruch. Nechybí ani specifikace klimatu v České republice. V praktické části je v rámci případové studie charakterizována zkoumaná destinace - okres Litoměřice. Dále se autorka zabývá výzkumem dopadu vývoje meteorologických činitelů v průběhu sezóny na poskytování ubytovacích služeb na Litoměřicku pomocí srovnávání dat z primárního a sekundárního výzkumu. Výsledky a návrhy na možná řešení jsou prezentovány v závěrečné části práce.

Klíčová slova: ubytovací služby, klimatologie, meteorologie, marketing cestovního ruchu, okres Litoměřice.

Annotation

Title: The Influence of Physiographic Circumstances on the Implementation of Selected Tourism Products

The Impact on Selected Tourism Services in Litoměřice Region

The Bachelor thesis refers to climate factors and their impact on accommodation services provided in Litoměřice region.

The first section of the theoretical part is a thorough insight into the issue of tourism services with a special focus on accommodation services. This part is followed by a brief overview of marketing of tourism services and the next section refers to climatic factors and their importance for tourism. The climate of Czech Republic is also specified. The case study introduced in the practical part of the Bachelor thesis deals with weather conditions in Litoměřice region and their influence on accommodation services provided in the area. Data from primary and secondary research are compared and presented in the final part of the Bachelor thesis. According to the results emerged from the research, several solutions are suggested.

Key words: accommodation services, climatology, meteorology, marketing of tourism, Litoměřice region.

Obsah

1	ÚVOD	1
2	METODICKÝ POSTUP A CÍL PRÁCE	2
2.1	Definice výzkumných otázek	2
2.1.1	Postup ověřování výzkumných otázek	2
2.2	Literární rešerše.....	4
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA	6
3.1	Služby cestovního ruchu.....	6
3.1.1	Ubytovací služby	7
3.1.2	Dělení, kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení.....	7
3.1.3	Služby ubytovacích zařízení	9
3.2	Marketing služeb cestovního ruchu	9
3.2.1	Marketingový mix v cestovním ruchu	10
3.2.2	Marketingové prostředí.....	11
3.3	Charakteristika klimatických faktorů.....	13
3.3.1	Klimatologie a meteorologie	13
3.3.2	Podnebí, počasí a povětrnost.....	13
3.3.3	Předpověď počasí	14
3.3.4	Vybrané meteorologické prvky	15
3.3.5	Význam klimatu a počasí pro cestovní ruch.....	18
3.4	Klima České republiky	21
4	PRAKTICKÁ ČÁST	23
4.1	Případová studie Litoměřicko.....	23
4.1.1	Charakteristika okresu Litoměřice.....	23
4.1.2	Cestovní ruch na Litoměřicku.....	25

4.1.3	Vybrané atraktivy okresu	28
4.2	Sběr informací a průběh šetření.....	30
4.3	Zpracování výsledků výzkumného šetření	34
4.4	Shrnutí výsledků šetření.....	43
5	ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ	44
5.1	Závěry.....	44
5.2	Doporučení.....	45
6	Seznam použitých zdrojů	46
6.1	Tištěné zdroje.....	46
6.2	Internetové zdroje.....	47
6.3	Ostatní zdroje	51
7	Seznam použitých zkratk	53
8	Seznam obrázků, tabulek a grafů	54
8.1	Obrázky	54
8.2	Grafy.....	54
8.3	Tabulky.....	55
9	Přílohy.....	56

1 ÚVOD

Je středa, teplý červencový večer a pan Novák, majitel nevelkého hotelu v centru městečka Litoměřice, sleduje večerní zprávy. Moderátorka předpovědi počasí právě oznamuje nižší denní teploty v průběhu nastávajícího víkendu, zvětšenou oblačnost a výskyt přeháněk. Pan Novák si unaveně povzdechne a zkontroluje rezervace na tento víkend. Pátek až neděle - plno. Jaká překvapení na něj čekají další den v práci?

Podobné otázky se honí v hlavě nejednomu majiteli hotelu, penzionu či jiného ubytovacího zařízení. Jsou si vědomi celé řady nepředvídatelných okolností, na které musí být připraveni, pokud chtějí obstát v konkurenčním prostředí. Trh cestovního ruchu je ovlivňován mnoha faktory a v zájmu subjektů cestovního ruchu je tyto faktory sledovat a přizpůsobit se jim. Cestovní ruch se díky svému dynamickému rozvoji již dávno zařadil k významným odvětvím světového hospodářství. V celosvětovém měřítku jeho význam neustále roste a s ním i tendence uspokojit poptávku.

Fyzicko-geografické složky krajiny, mezi které patří mimo jiné také klimatické poměry, jsou jedněmi z mnoha dílčích faktorů rozhodujících o rozvoji cestovního ruchu. Vliv těchto poměrů byl v bakalářské práci *Vliv fyzicko-geografických faktorů na realizaci daného turistického produktu* zkoumán. Autorka se zabývá problematikou využití ubytovacích služeb v souvislosti se sezónním klimatickým průběhem v okrese Litoměřice.

Na výběr tématu měl zásadní vliv zájem autory o podnikatelské prostředí v cestovním ruchu ve zkoumané destinaci, která je autorčiným trvalým bydlištěm. Trvalý pobyt usnadnil celkový průběh šetření a spolupráci s dotazovanými subjekty.

Výsledky, které plynou z výzkumu bakalářské práce, mohou posloužit jako informační zdroj pro ubytovací zařízení nejenom v okrese Litoměřice, a to zejména pro pochopení významu klimatických faktorů a kvalitního marketingu firmy. Závěry a z nich plynoucí návrhy mohou být předmětem dalšího bádání, navazujícího na tento pilotní výzkum.

2 METODICKÝ POSTUP A CÍL PRÁCE

Cílem této bakalářské práce je analýza využití služeb na Litoměřicku v závislosti na klimatickém průběhu sezóny. Výběr je zúžen na služby ubytovací, práce se zaměřuje na otázku tohoto vlivu z pohledu subjektů cestovního ruchu poskytujících ubytování v této destinaci a jejich odlišnému marketingu.

2.1 Definice výzkumných otázek

Pro dané téma byly stanoveny základní výzkumné otázky:

- Jaký vliv má počasí na využití ubytovacích služeb na Litoměřicku?
- Lze tento vliv nějakým způsobem zmírnit?

2.1.1 *Postup ověřování výzkumných otázek*

Případová studie v praktické části se zaměřuje na vlastní výzkum v destinaci Litoměřicko. Trousil a Jašíková (2014) považují případovou studii za vhodný typ výzkumu pro práci s kvalitativními daty.

Primární výzkum

Stěžejní podíl v získání informací sloužících k zodpovězení výzkumných otázek měl primární výzkum, který byl realizován pomocí nestrukturovaných rozhovorů. Díky možnosti interakce během řízených rozhovorů se podařilo získat doplňkové informace, které by nebyly zřejmé, pokud by byly získávány jinou metodou.

Jak upřesňuje Miovský (2006), metoda moderovaného rozhovoru slouží pro popis, analýzu a interpretaci určitých vlastností. Patří mezi nejobtížnější a zároveň nejvýhodnější metody pro získávání kvalitativních dat. Nespornou výhodou interview je možnost pozorovat neverbální projevy dotazovaného a následně pak obě metody kombinovat a pokud možno je úspěšně propojit a vyvodit z nich co nejpřesnější výsledky. Tato výhoda se ale nenaskytá během telefonního interview, které je zvláštní

formou interview. Takové interview ovšem poskytuje mnoho dalších výhod, z nichž mezi hlavní patří úspora nákladů a ochrana soukromí respondenta i výzkumníka. Na další výhodu poukazuje Miller (1995 podle Miovský, 2006) - telefonním rozhovorem roste šance získat data od respondentů, kteří by za jiných okolností vyjádřili neochotu se rozhovoru zúčastnit.

Gavora (2000) i Miovský (2006) se shodují a rozdělují rozhovory na strukturované, nestrukturované a polostrukturované. Strukturované interview nedává velký prostor k vyjádření, protože odpovědi jsou jasně dané, nestrukturované naopak umožňuje respondentovi úplnou volnost v odpovědích na dané otázky. Definici polostrukturovaného interview se ve své knize více věnuje Miovský (2006). Tento typ interview požaduje po respondentovi nejenom zvolit odpověď z nabízených možností, ale také dodatečně vysvětlit určitý jev, situaci.

V primárním výzkumu bylo využito nestrukturovaného řízeného rozhovoru, který byl směřován na podnikatelské prostředí, nabídku služeb jednotlivých subjektů cestovního ruchu a dále na klimatický charakter hlavní sezóny roku 2013. Výzkum byl zaměřen pouze na hlavní sezónu z důvodu omezení provozu některých ubytovacích zařízení pouze na letní období.

Respondenti, kteří chtěli vystupovat anonymně, jsou ve výzkumu dále uvedeni jako Anonym 1, 2 atd.

Sekundární výzkum

Jako sekundární zdroj posloužily podklady z veřejně přístupných dat. Statistiky v cestovním ruchu poskytl Český statistický úřad (dále jen ČSÚ) a historická data o vývoji klimatického charakteru a meteorologických činitelů byla převzata z portálu Českého hydrometeorologického ústavu (dále jen ČHMÚ).

Data z primárního a sekundárního výzkumu byla posléze porovnávána.

2.2 Literární rešerše

Primární rozdělení bakalářské práce na teoretickou a praktickou část předpokládá nutnost důkladné literární rešerše, interpretace teoretických poznatků a jejich následnou provázanost s praktickou částí. Pro přiblížení teoretických východisek bylo v bakalářské práci použito několika literárních titulů, jejichž účelem bylo poukázat na jednotlivé oblasti zaměření práce z mnoha úhlů pohledu.

K vymezení pojmů spojených se službami cestovního ruchu tohoto odvětví bylo čerpáno zejména z publikace *Služby v cestovním ruchu* od Jána Orišky, vydané v roce 2010. Kapitoly 1. a 4. byly využity ke zpracování stejnojmenného tématu v teoretické části. Velmi hodnotným knižním zdrojem byl také *Výkladový slovník cestovního ruchu* od Josefa Zelenky a Martiny Páskové (2012), který pomohl exaktně vysvětlit mnoho pojmů souvisejících nejenom s tímto odvětvím.

Pro část zaměřenou na klimatické a meteorologické souvislosti bylo primárně využito zdroje *Meteorologie a klimatologie* od Miroslava Vysoudila (1997), a to zejména kapitol 1 a 10. Dále bylo čerpáno z o něco starší publikace *Počasí kolem nás* (Vladimír Seifert, 1994), kde autorka využila především kapitol 3-5. Titul *Malý průvodce meteorologií* od Jana Munzara z roku 1989 posloužil jako výkladový slovník meteorologických pojmů.

Užitečným zdrojem k nastínění předpokladů cestovního ruchu byla kniha *Ekonomická a sociální geografie* od autorů Toušek, Kunc, Vystoupil a kolektiv z roku 2008. Autorka čerpala z kapitoly č. 8 pojednávající o geografii cestovního ruchu. Další podklady k této tématice byly převzaty z knižního zdroje *Geografie cestovního ruchu* od Václava Hraly (2001), konkrétně z 1. a 7. kapitoly.

Kapitola věnovaná marketingu cestovního ruchu byla zpracována podle 1. a 3. kapitoly publikace *Moderní marketing* od Philipa Kotlera (2007) a podle knihy *Marketing v cestovním ruchu* od Dagmar Jakubíkové z roku 2012.

Nutností bylo také vymezení výzkumné metody, tato charakteristika byla vypracována podle titulu *Úvod do pedagogického výzkumu*, jehož autorem je Michal Miovský (2006) a podle publikace *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu* (Peter Gavora, 2000). Na volbě metodiky měla nepochybně svůj podíl také kniha *Úvod do tvorby odborných prací* od Michala Troušila a Veroniky Jašíkové, vydaná v roce 2014.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

3.1 Služby cestovního ruchu

Cestovní ruch je jedním z odvětví, ke kterému se úzce váže poskytování služeb. Služba je Jakubíkovou (2012, s.70) charakterizována jako "*činnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé, je naprosto nehmatatelná a nevytváří nabyté vlastnictví*". Podle Orišky (1999) představují služby soubor činností nehmotného charakteru jejichž hlavním cílem je uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu. Služby společně se zbožím a volnými a veřejnými statky tvoří produkt cestovního ruchu. Pojem produkt cestovního ruchu stručně charakterizují Zelenka a Pásková (2012, s.442) jako "*souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovního ruchu koordinujícího*".

Služby cestovního ruchu lze klasifikovat hned podle několika kritérií. Nejvíce se této problematice věnuje Oriška (2010) a uvádí dělení služeb podle druhů, fází realizace cestovního ruchu, časového hlediska, hlediska uspokojovaných potřeb, charakteru potřeby a podle ekonomického hlediska. Vedle služeb jako jsou služby dopravní, ubytovací, stravovací, služby cestovních kanceláří a agentur, specifikuje ještě ostatní služby. Ty jsou určeny převážně k uspokojení potřeb místního obyvatelstva, ale v částečné míře jsou využívány i účastníky cestovního ruchu. Do této skupiny patří služby informační, pojistné, směnářské, zdravotnické, policejní a další.

K uspokojení účastníka cestovního ruchu je nezbytná komplexnost služeb cestovního ruchu. Podle Orišky (2010, s.20) se jedná se o "*soubor spolu souvisejících a vzájemně se podmiňujících služeb*". Často používané pojmy jako balík služeb nebo package uvádí Zelenka a Pásková (2012). Autoři dále poukazují na fakt, že kompletování služeb je důležitou součástí marketingu v cestovním ruchu, protože se jedná o jeden z marketingových nástrojů. O těchto nástrojích podrobněji pojednává kapitola 3.2.1 Marketingový mix v cestovním ruchu.

Jedněmi z nejdůležitějších služeb cestovního ruchu, které se podílí na komplexnosti poskytovaných služeb, jsou služby ubytovací.

3.1.1 Ubytovací služby

Ubytovací služby v současné době často představují pro zákazníka neoddělitelnou část balíku služeb. Jsou základním aspektem pro využití jiných služeb cestovního ruchu.

Ubytovací služby lze podle Orišky (2010) charakterizovat jako služby cestovního ruchu, které účastníkům umožňují ubytování v místě jiném, než je jejich trvalé bydliště. Zpravidla jsou zajištěny i související služby, především stravovací. Jsou důležitým prostředkem pro rozvoj pobytového cestovního ruchu.

Jak dále uvádí Oriška (1999) ve své starší publikaci, pro poskytování ubytovacích služeb je nutná materiálně-technická základna, kterou v tomto případě tvoří ubytovací zařízení. Ta mohou být budována jako samostatná ubytovací zařízení nebo zároveň společně se středisky poskytujícími pohostinské služby. Ubytovací zařízení mohou být dělena podle různých hledisek.

3.1.2 Dělení, kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení

Zatímco Zelenka a Pásková (2012) vymezují primární rozdělení ubytovacích zařízení na sezónní, celoroční, hotelového typu a ostatní, Oriška (2010) udává hned několik možností rozdělení. Jedním z klíčových je doporučení podle Světové organizace cestovního ruchu (dále jen UNWTO), která rozděluje ubytovací zařízení na hromadná a individuální. Hotely, motely a další zařízení, která nabízejí možnost stravování jsou řazena do první skupiny, zatímco kempy, chatové osady a turistické ubytovny jsou považovány za individuální ubytování. Toto doporučení je využíváno v mnoha zemích světa EU.

Pojmy hromadné a individuální ubytovací zařízení jinak vymezuje Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2012). Hromadné ubytovací zařízení (dále jen HUZ) je definováno

jako ubytování, které poskytuje *"minimálně 5 pokojů nebo 10 lůžek"*. Individuální ubytovací zařízení (dále jen IUZ) musí mít *"méně než 5 pokojů a zároveň méně než 10 lůžek"*. Legierská (2007) uvádí, že HUZ, jejich návštěvnost a kapacita jsou jedněmi ze základních ukazatelů statistik v cestovním ruchu. V případě statistického šetření se postupuje podle směrnic Evropské unie, aby bylo možné výsledky srovnávat na mezinárodní úrovni. Šetření se pak týká pouze hromadných ubytovacích zařízení, nikoliv individuálních.

Orieška (2010) specifikuje další hlediska rozdělení ubytovacích zařízení podle:

- a) Způsobu výstavby na pevná, částečně pevná, přenosná nebo pohyblivá.
- b) Doby provozu na celoroční, dvousezónní a jednosezónní.
- c) Druhu na tradiční, doplňková a ostatní. Mezi tradiční lze zařadit hotely, motely, penziony, ubytovací hostince aj. Kategorie doplňkových ubytovacích zařízení zahrnuje chaty, bungalovy, motely, kempy a další zařízení, která fungují pouze sezónně. Mezi ostatní zařízení řadíme studentské ubytovny, koleje a domovy mládeže, ovšem pouze za předpokladu, že nejsou využívány pro svůj původní účel.
- d) Druhů cestovního ruchu na ubytovací zařízení volného nebo vázaného cestovního ruchu, přičemž ubytovací zařízení vázaného cestovního ruchu jsou zejména lázeňská střediska.

Kategorizaci popisuje Zelenka a Pásková (2012) jako rozdělení jednotlivých zařízení poskytujících služby do jednotlivých skupin podle druhů zařízení. Rozhodujícím ukazatelem je potom typ poskytovaných služeb a způsob, jakým jsou poskytovány. Mezi kategorie ubytovacích zařízení řadí Křížek a Neufus (2014) hotel, hotel garni, motel, penzion, botel, ubytovnu, kemp, skupiny chat a bungalovů apod.

Zelenka a Pásková (2012, s.258) dále upozorňují na často špatnou interpretaci významu kategorizace: *"Kategorizace je nepřesně pojmově rozšiřována (Česká republika, anglosaská literatura) také na zařazování daného druhu zařízení"*

poskytujících služby CR do tříd podle kvality a s ním souvisejícím rozsahu poskytovaných služeb (tedy zaměřováno za klasifikaci ubytování)".

Klasifikace v cestovním ruchu je podle Zelenky a Páskové (2012) rozdělení zařízení podle kvality poskytovaných služeb a to obvykle do pěti tříd. Třídy jsou rozlišovány počtem jednoho až pěti symbolů, zpravidla hvězdiček.

3.1.3 Služby ubytovacích zařízení

S poskytováním ubytovacích služeb úzce souvisí také nabídka souvisejících doplňkových služeb.

Orieška (2010) uvádí, že mezi základní služby v pobytovém cestovním ruchu patří doprava do cílové destinace a nazpět, samotný pobyt a stravování. Mezi doplňkové (nebo také komplementární) služby řadíme všechny ostatní, které nespádají do základních. Může se jednat tedy o služby sportovně-rekreační, společensko-kulturní, wellness, kongresové a další. Zatímco základní služby naplňují sekundární potřeby účastníků cestovního ruchu - potřebu bydlet a stravovat se, komplementární služby se zaslouhují o realizaci těch primárních. Orieška (2010, s. 14) dále popisuje, že komplementární služby jsou *"spojeny s využíváním atraktivit a vlastností konkrétního rekreačního prostoru"*.

3.2 Marketing služeb cestovního ruchu

Protože cestovní ruch jako takový je úzce spjat s poskytováním služeb v tomto odvětví, Jakubíková (2011) tvrdí, že lze o marketingu cestovního ruchu hovořit také jako o marketingu služeb cestovního ruchu. Autorka dále uvádí, že charakteristické rysy marketingu jsou vázány na specifika služeb, ke kterým patří jejich nehmotnost, proměnlivost, pomíjivost, nutnost interakce zákazníka a poskytovatele a fakt, že službu nelze nijak vlastnit.

Firmy se pomocí marketingu snaží dosáhnout svých cílů. K tomu mimo jiné slouží marketingový mix.

3.2.1 Marketingový mix v cestovním ruchu

Co je to marketingový mix popisuje například Kotler (2007, s. 70). Jedná se o "soubor taktických marketingových nástrojů, které firma používá k úpravě nabídky podle cílových trhů. Marketingový mix zahrnuje vše, co firma může udělat, aby ovlivnila poptávku po svém produktu".

Autor dále objasňuje, že marketingový mix je souhrn 4 základních nástrojů, které bývají zpravidla označovány zkratkou 4P, a to podle počátečního písmena anglických názvů jednotlivých nástrojů. Mezi tyto prvky patří:

- **p**roduct (produkt),
- **p**rice (cena),
- **p**lace (způsob distribuce),
- **p**romotion (marketingová komunikace).

Kotler (2007) vysvětluje jednotlivé prvky podrobněji. Produkt zahrnuje veškerou nabídku zboží, které je možné nabídnout zákazníkům na trhu, cena je suma, kterou zákazník za daný produkt nebo službu zaplatí. O distribuci se mluví jako o veškerých aktivitách podniku, které slouží k dostupnosti určitého zboží. Poslední složka mixu - komunikace - zahrnuje reklamní aktivity podniku.

Vaculík (2003) také poukazuje na rozšiřování marketingové mixu v oblasti cestovního ruchu. Tento soubor je dále obohacen minimálně o další 4 prvky, díky kterým je marketingový mix v cestovním ruchu znám pod zkratkou 8P. Mezi tyto nástroje zařazujeme:

- **p**eople (lidský faktor),
- **p**ackaging (balíčky služeb),
- **p**rogramming (tvorba programů),
- **p**artnership (spolupráce).

Jakubíková (2011) pak ještě soubor doplňuje o další alternativní prvky:

- **p**rocesses (procesy),
- **p**hysical evidence (fyzická přítomnost),
- **p**ublic opinion (veřejné mínění).

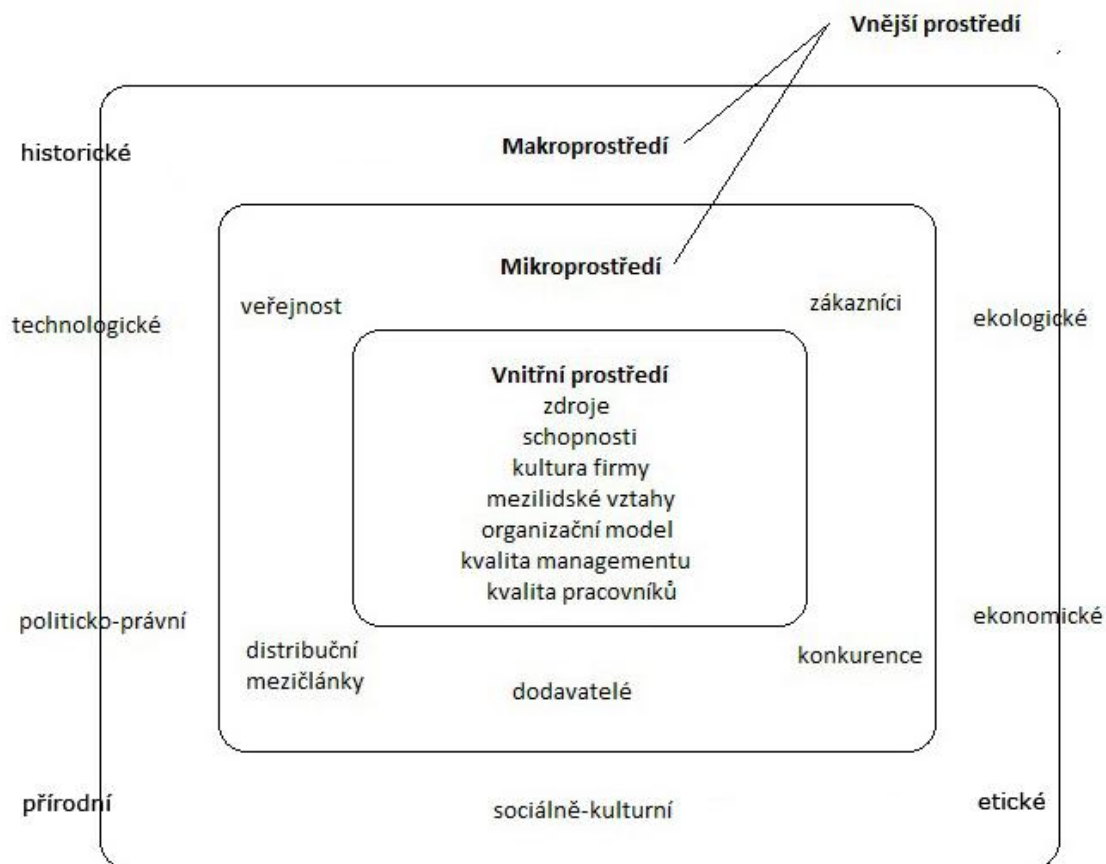
3.2.2 Marketingové prostředí

Na podnikání subjektů cestovního ruchu má stejně jako na všechny firmy vliv jejich marketingové prostředí. Marketingové prostředí firmy zahrnuje činitele, jejichž existence má zásadní vliv na marketingovou činnost firmy a Kotler (2007, s.129) ho charakterizuje jako *"činitele a síly vně marketingu, které ovlivňují schopnost marketing managementu vyvinout a udržovat úspěšné vztahy s cílovými zákazníky"*. S ohledem na zaměření bakalářské práce je nezbytné si tyto vlivy přiblížit.

Každý autor rozebírá marketingové prostředí firmy trochu jinak, ovšem velmi podrobně se této problematice věnuje Jakubíková (2012). Udává rozdělení marketingového prostředí firmy na vnitřní a vnější, přičemž vnější pak dále dělí na makroprostředí a mikroprostředí.

Do vnitřního prostředí řadí autorka zdroje, schopnosti, kulturu firmy, mezilidské vztahy, organizační model, kvalitu managementu a kvalitu pracovníků. Vnější prostředí dále separuje do dvou skupin. První skupinou je mikroprostředí, do kterého patří zákazníci, veřejnost, konkurence, dodavatelé a distribuční články. Makroprostředí je v souvislosti se zaměřením bakalářské práce významnou složkou, protože ho tvoří faktory působící na makro úrovni a tak ovlivňující jak mikroprostředí, tak vnitřní prostředí firmy. Jsou to faktory ekonomické, ekologické, sociálně-kulturní, technologické, politicko-právní. Dále do této skupiny patří také přírodní prostředí (mimo jiné i klimatické podmínky), dále podmínky historické, kulturní, společenské a etické. Pro lepší pochopení poslouží obrázek č. 1 na další straně.

Obrázek 1: Vnější a vnitřní prostředí firmy



Zdroj: vlastní zpracování podle: Jakubíková (2012)

Podle Jakubíkové (2012) mají jednotlivé složky makroprostředí vliv zejména na určité prvky marketingového systému - produkt, trh a nabídku produkce. Ačkoliv se některé prvky marketingového prostředí firmy zdají nekontrolovatelné, lze jejich vliv zeslabit aplikací managementu prostředí. Problémem mnoha firem je podceňování těchto faktorů nebo snaha se jim pouze přizpůsobit a podrobit jim provoz podniku.

3.3 Charakteristika klimatických faktorů

Klimatické faktory jsou předmětem fyzické geografie, kterou Havrlant (1982 podle Farský a Matějček, 2008, s.5) charakterizuje následovně: *"Fyzická geografie je geografická věda zabývající se obecnými zákonitostmi vývoje jevů ve fyzickogeografické sféře. Člení se dále na geomorfologii, klimatologii a meteorologii, hydrologii a oceánologii."*

O vědních disciplínách, které se zabývají studiem zemské atmosféry a jevy, které se v ní odehrávají, pojednávají následující kapitoly.

3.3.1 Klimatologie a meteorologie

Farský (2002) tvrdí, že klimatologie a meteorologie jsou si tak blízké disciplíny, že bývají některými odborníky spojovány do jednoho vědního oboru. Klimatologie je věda o podnebí na Zemi, která má za úkol studovat klimatické jevy, vývoj klimatu a jeho změny v různých obdobích. Pro přesnější charakteristiku klimatu v rámci regionů slouží regionální klimatologie, která podle Vysoudila (1997) bere v potaz úzkou spojitost podnebí a geografických faktorů určitého území.

Meteorologie se zaměřuje (Farský, 2002) na studium povětrnostních podmínek. Seifert pak pojem ještě upřesňuje (1994, s.110) následovně: *"Meteorologie je vědní obor, který se zabývá všestranným studiem jevů probíhajících v zemské atmosféře."*

Vysoudil (1997) uvádí, že pro určení atmosférických jevů, které slouží pro předpověď počasí, je klíčová tzv. synoptická meteorologie.

3.3.2 Podnebí, počasí a povětrnost

Počasí vymezuje Seifert (1994, s.137) jako *"fyzikální stav atmosféry v určité době a na určitém místě, charakterizovaný souhrnem okamžitých hodnot všech meteorologických prvků a jevů, teploty, tlaku, vlhkosti vzduchu, oblačnosti apod."* Vysoudil (1997, s. 7)

charakterizuje počasí jako *"okamžitý stav atmosféry, tedy okamžitý charakter hodnot meteorologických prvků spolu s meteorologickými jevy."*

S počasím úzce souvisí pojem povětrnost, kterou Vysoudil (1997, s.7) popisuje jako *"dlouhodobější, několikadenní průběh počasí"*.

Klima je oproti počasí stabilním ukazatelem. Vysoudil (1997) ho definuje jako důsledek působení klimatotvorných faktorů, které mají za následek střídání stavů atmosféry na daném území. Ty svými nepřetržitými procesy definují klima určité destinace a mezi tyto faktory patří: zeměpisná šířka, nadmořská výška, rozložení pevnin a moří, tvar zemského povrchu, mořské proudy, rostlinná a sněhová pokrývka a působení člověka.

Mezi těmito složkami neustále probíhají procesy, při kterých dochází k výměně hmoty a energie. Díky tomu lze podle Vysoudila (1997, s. 21) pak počasí označit také jako *"okamžitý stav úplného klimatického systému"*.

NASA (2005) velmi stručně specifikuje, že rozdíl mezi klimatem a počasím je pouze v časovém hledisku.

3.3.3 Předpověď počasí

Počasí a s ním související předpověď je faktorem, na kterém je závislé nejedno odvětví. Munzar (1989) poukazuje, že předpověď hraje důležitou roli v zemědělství, průmyslu, vodním hospodářství, dopravě a dalších odvětvích, které se podle něj každý den řídí. Je také důležité si uvědomit, že pojem pěkné a špatné počasí je velmi relativní. Týdenní slunečné počasí bez jediné dešťové kapky může být pěkným počasím pro turisty na dovolené ale může mít katastrofální důsledek pro zemědělce.

Předpověď počasí, kterou v dnešní době vnímáme jako naprostou samozřejmost, nebylo ještě v první polovině tohoto století snadné sestavit, jak vysvětluje Seifert (1994). Autor uvádí, že zvrat nastal až s technickým pokrokem a rozvojem moderních počítačů, kdy bylo konečně možné získaná meteorologická data úspěšně porovnávat.

Problematicke předpovídání počasí se velmi konkrétně věnuje Vysoudil (1997). Poukazuje na skutečnost, že se jedná o jeden z nesložitějších typů vědeckých předpovědí, a to zejména z důvodu působení úplného klimatického systému, jehož existence sama o sobě je velmi komplikovaná. V současné době stále více předpovědí vychází z předpovědních modelů vypočítaných moderními počítači.

Předpověď počasí se z hlediska délky období dělí krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé. Munzar (1989) toto rozdělení ještě rozšiřuje na:

- velmi krátkodobé (kratší jak 1 den, zpravidla několik hodin),
- krátkodobé (na 1 až 3 dny),
- střednědobé (na 4 až 10 dní),
- dlouhodobé (na dobu delších než 10 dní).

Munzar (1989) diskutuje o spolehlivosti předpovědi počasí. Je zřejmé, že čím delší je období pro určení počasí, tím menší je šance, že se nám podaří počasí přesně předpovědět. Zatímco nemůžeme moc spoléhat na dlouhodobou prognózu, úspěšnost předpovědi na druhý den je v dnešní době až 85%. Úspěšnost a kvalita závisí na schopnostech prognostiků, použité metodě, povětrnostní situaci a také na členitosti daného území a jeho geografické poloze.

Autor dále uvádí, že závislost dnešní společnosti na předpovědi počasí je nejvíce patrná u předpovědi krátkodobé. Díky moderním informačním technologiím se jedná o snadno dostupná data, která jsou přístupná každému.

3.3.4 Vybrané meteorologické prvky

Vysoudil (1997) zmiňuje nejčastější meteorologické prvky, mezi které patří zejména sluneční záření, teplota vzduchu, tlak vzduchu, vlhkost vzduchu, oblačnost, srážky, rychlost větru a další.

Teplota vzduchu je podle Vysoudil (1997, s.60) *"základní meteorologický prvek udávající tepelný stav ovzduší a pokud není uvedeno jinak, rozumí se v meteorologii*

a klimatologii teplotou vzduchu jeho teplota ve výšce 2 m nad zemským povrchem změřená v meteorologické budce. Taková teplota se označuje jako přízemní teplota". Autor ještě vysvětluje, že teplota vzduchu je určována především teplotou zemského povrchu, který je pro ní hlavním zdrojem tepla.

Velký rozdíl mezi teplotou vzduchu během dne je ovlivněn několika skutečnostmi, které objasňuje Farský (2002). Jednou z nich je zeměpisná šířka, přičemž obecně platí, že s rostoucí zeměpisnou šířkou se amplituda zmenšuje. Stejně tak se zmenšuje s rostoucí nadmořskou výškou a naopak čím větší vzdálenost od moře, tím je amplituda větší. V nížinatých oblastech se zpravidla projevuje většími hodnotami než u vrcholových a stejně tak nabývá vyšších hodnot nad mořem než nad kontinentem.

Souvisejícím ukazatelem, který může mít vliv na vnímání reálné teploty ovzduší je vítr. Králová (2002) uvádí, že rychlost větru se měří v jednotkách m/s nebo km/h a směr větru z jaké světové strany vane. V nížinatých oblastech lze nejnižší intenzitu větru naměřit ráno a v noci, nejvyšší naopak okolo 13. a 14. hodiny. Jedná se o velmi proměnlivý ukazatel. Portál ČHMÚ (2015c) uvádí informaci, že směr a rychlost větru jsou udávány také terénem. Vítr dosahuje největší rychlosti právě u terénních překážek, kterými mohou být například hřebeny hor a kopce.

Dalším meteorologickým činitelem jsou atmosférické srážky. Vysoudil (1997, s.81) popisuje, že se jedná o *"částice, které vznikly v atmosféře následkem kondenzace vodní páry a které se vyskytují v atmosféře, na zemském povrchu nebo na předmětech v kapalném nebo pevném skupenství."*

Vzhledem k zaměření praktické části bude následující část zaměřena pouze na jeden druh těchto srážek - srážky vertikální. Ty definuje jednoduše Vysoudil (1997) jako srážky, které padají z oblaků. Do této skupiny pak řadíme meteorologické jevy jako je déšť, mrholení, sníh, kroupy a další druhy.

Při definování deště a mrholení je nutné dbát na velikost dopadajících kapek. Vysoudil (1997) upřesňuje, že pokud je průměr kapky větší jak 0,5 mm, pak mluvíme o dešti, pokud je naopak menší než zmíněný rozměr a nenabývá velká intenzity,

nazýváme tyto srážky mrholením. Sněhem se nazývají takové srážky, které padají na zem ve formě ledových krystalků nebo jejich shluků. Kroupy nejsou již tak běžným jevem, protože se vyskytují výhradně během přeháněk a podmínkou pro jejich vznik jsou bouřkové mraky.

Tvorba srážek je složitý úkaz, který objasňuje Seifert (1994) zjednodušenou definicí: studený vzduch se podsouvá pod vzduch teplý, který se následně začne ochlazovat a vzniká vodní pára a oblak. Uvnitř oblaku pak dochází k podchlazení kapek vody, z kterých se po výstupu výše stávají sněhové vločky. Během pádu dolů se oteplují, tají a stávají se z nich dešťové kapky. Při tzv. teplém dešti dešťové kapky nevznikají ze sněhových vloček, protože ve výškách, kde se tvoří déšť, není teplota pod bodem mrazu. K takovým deštům dochází hlavně večer a jsou typické spíše pro přímořské oblasti.

Pro určení množství srážek se používá srážkový úhrn, který Vysoudil (1997, s.83) charakterizuje jako *"dlouhodobé průměrné množství srážek za zvolený časový interval, kterým je nejčastěji den, měsíc nebo rok"*. Měří se v mm vodního sloupce (1mm = 1l/m²) a udává intenzitu deště. Ta je přehledně zobrazena v tabulce č.1.

Tabulka 1: Intenzita srážek

Intenzita	Déšť (mm/hod)
Velmi slabá	Neměřitelné množství
Slabá	Od 0,1 do 2,5
Mírná	Od 2,6 do 8
Silná	Od 8 do 40
Velmi silná	Více než 40

Zdroj: vlastní zpracování podle: ČHMÚ (2015b)

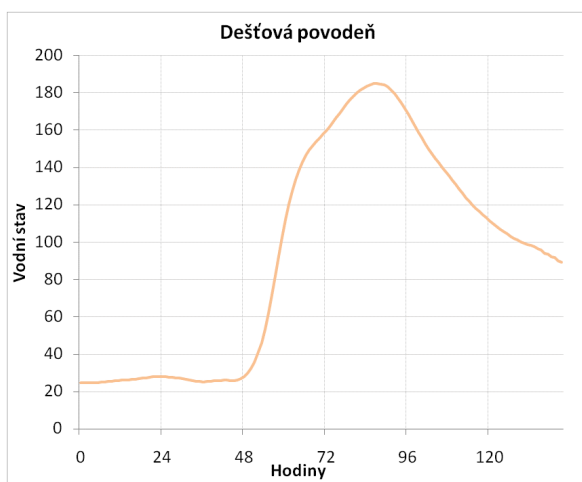
Portál hlásné předpovědní povodňové služby ČHMÚ (2015a) uvádí jeden z možných důsledků zvýšeného úhrnu srážek. Zvýšený úhrn srážek po dobu jednoho nebo několika dnů může mít za následek přechodné zvýšení hladiny vodních toků vedoucí

k dešťovým povodním. Při tomto druhu povodní dochází k tzv. "vylévání" řek do oblastí v jejich okolí.

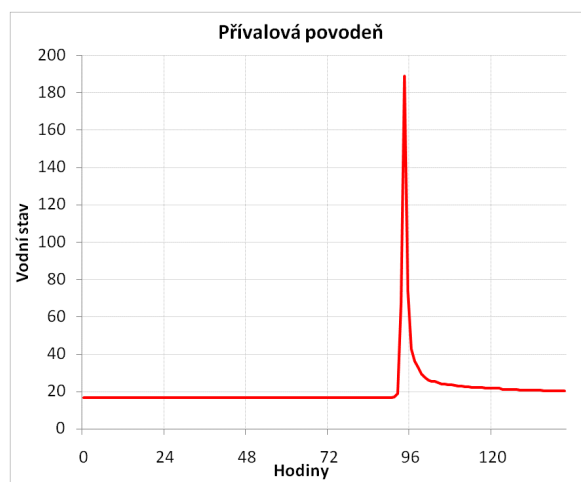
Podobný charakter mají také přívalové povodně, které vznikají následkem velmi intenzivních přívalových srážek v krátkém časovém horizontu. Tím se rozumí rozmezí maximálně několika hodin. Tyto povodně jsou typické zejména pro letní období, kdy dochází k velkému výskytu letních bouřek a přívalových dešťů. Tento druh povodní má na svědomí největší počet lidských životů, protože přichází náhle bez předchozího varování.

Grafy č. 1 a 2 umožňují srovnání typického průběhu dešťových a přívalových povodní.

Graf 1: Průběh dešťových povodní



Graf 2: Průběh přívalových povodní



Zdroj: převzato z: ČHMÚ (2015a)

3.3.5 Význam klimatu a počasí pro cestovní ruch

Podnebí a počasí jsou faktory, které mají pro společnost a pro činnost člověka nemalý význam. Farský (2002) připomíná, že povětrnostní a klimatologické podmínky mají své dopady na mnoho oborů - dopravu, zemědělství, stavebnictví a další. Ani cestovní ruch není výjimkou.

Význam klimatu pro odvětví cestovního ruchu byl již v bakalářské práci nastíněn. Kapitola 3.2.2 Marketingové prostředí mimo jiné poukazuje na význam klimatu jakožto součásti podnikatelského makroprostředí firmy, které ovlivňuje chod podnikatelských subjektů nejenom v tomto odvětví.

Klimatické podmínky jsou zároveň důležitou složkou předpokladů rozvoje cestovního ruchu, které jsou předmětem studie geografie tohoto odvětví. Hrala (2001, s.10,11) vymezuje předmět geografie cestovního ruchu následovně: *"Geografie cestovního ruchu se zabývá studiem zákonitostí a činitelů a faktickým rozmístěním cestovního ruchu v oblastech rozličné velikosti a ekonomické váhy. Realizace a rozmístění cestovního ruchu jsou v rozhodující míře formovány společensko-ekonomickými skutečnostmi; kulturněhistorické atraktivity a přírodní podmínky vytvářejí pouze možnost pro jeho realizaci a faktické rozmístění"*.

Hrala (2001) stejně jako autoři Toušek a kol. (2008) uvádí rozdělení těchto činitelů na selektivní, realizační a lokalizační. Hrala (2001) specifikuje, že **selektivní předpoklady** se zaslouhují o samotný vznik cestovního ruchu na daném území. Toušek a kol. (2008) vidí jako rozhodující ekonomické a demografické podmínky a jiné kulturně-sociální složky selektivních faktorů. Autoři dále poukazují na přímou úměrnost mezi životním standardem ve státu a jeho zastoupením v cestovním ruchu.

Realizační podmínky podle Toušek a kol. (2008) svojí existencí přispívají k samotné realizaci cestovního ruchu. Zde připisují autoři rozhodující zastoupení dopravním poměrům v zemi a materiálně-technické základně. Tím se rozumí prostředky pro realizaci služeb cestovního ruchu, od hromadných ubytovacích zařízení až po dopravní složky infrastruktury sloužící pro přepravu turistů.

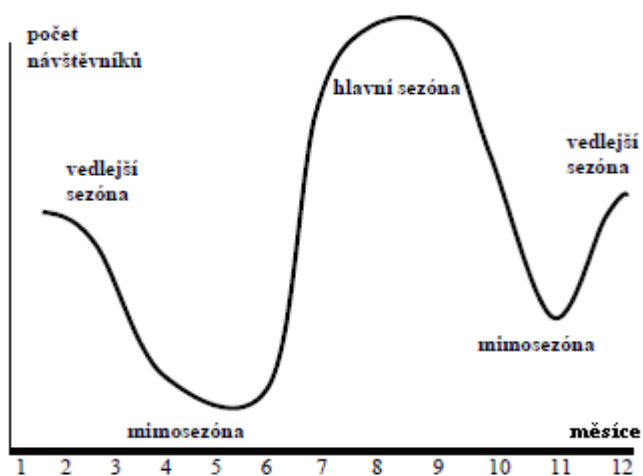
Mezi **lokalizační předpoklady** zahrnují Toušek a kol. (2008) přírodní a kulturně-historické zdroje. Z přírodně-rekreačních předpokladů jsou důležité zejména klimatické poměry daného území, dalším důležitým prvkem je vodstvo, reliéf, fauna a flora. Zatímco význam živočišstva není pro rozvoj cestovního ruchu klíčový, hydrologické podmínky určují turistické proudy a rekreační využití plochy. O tom vypovídá i fakt, že v České republice je 1/3 ubytovací základny situována v blízkosti

vodních ploch a toků. Další složka kulturně-historického potenciálu zahrnuje památky a kulturní nebo sportovní akce.

Hrala (2001) také připomíná, že pro cestovní ruch má podnebí nemalý význam, protože chodem ročních období udává jednotlivé sezóny v roce. Během těchto sezón dochází k nabídkám odlišných produktů cestovního ruchu. Zelenka a Pásková (2012) vysvětlují, že sezónnost se v cestovním ruchu projevuje především změnou typu turistické nabídky a poptávky, složením a množstvím návštěvníků aj. Období jednoho roku je podle počtu návštěvníků rozdělen na hlavní sezónu, vedlejší sezónu a mimosezónu.

Hlavní sezóna je období roku, které se vyznačuje nejvyšším počtem návštěvníků v dané destinaci, vedlejší sezóna pak druhým nejvyšším. Modelový průběh sezónnosti je znázorněn v grafu č. 3.

Graf 3: Modelový příklad sezónnosti



Zdroj: převzato z: Zelenka, Pásková (2012, s. 200)

UNWTO (2008) také upozorňuje, že podnebí, které je charakteristické pro určitou oblast, se může v rámci několika kilometrů projevovat naprosto odlišně. Změny může ovlivňovat nadmořská výška, lidské osídlení nebo také infrastruktura, kterou vybudoval člověk.

Studii ohledně klimatu, jeho změnách a dopadů na cestovní ruch je mnoho. UNWTO (2008) se pozastavuje také nad významem předpovědi počasí pro cestovní ruch. Ačkoliv jsou předpovědi počasí stále spolehlivější a stále dochází v tomto odvětví k pokroku, v zájmu sektoru cestovního ruchu je, aby tento trend zůstal zachován. V posledních letech tedy dochází ke kooperaci mezi meteorologickými institucemi a subjekty podnikajícími v cestovním ruchu. Tento druh spolupráce má vést ke zkvalitnění a zpřesnění předpovědí počasí a následně k celkové spokojenosti všech zúčastněných stran.

3.4 Klima České republiky

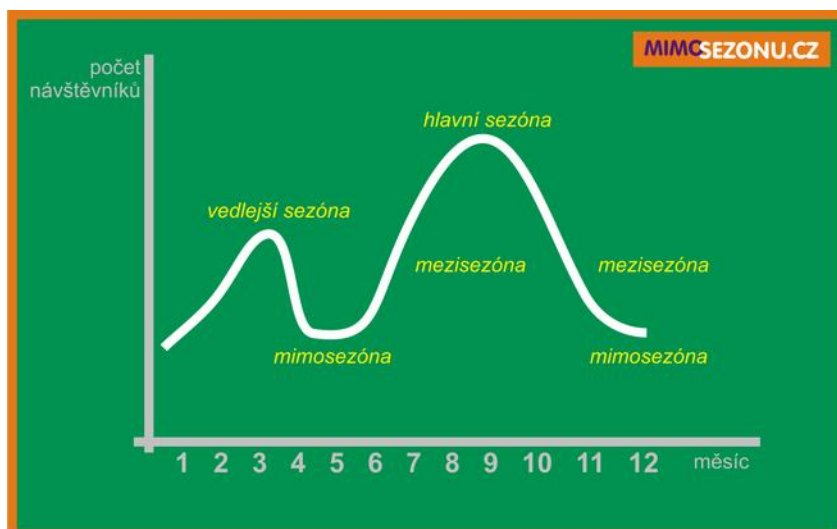
Podnebí České republiky, které se řadí mezi podnebí mírného pásu, se vyznačuje takovými celoročními teplotami, které zřídka dosahují extrémních hodnot.

Seifert (1994) uvádí, že nejmenší výkyvy teplot se týkají přímořských oblastí mírného pásu, pro které jsou typická chladná a vlhčí léta a mírné zimy. Toto schéma ovšem neplatí v případě České republiky, kdy je vnitrozemská poloha státu příčinou výraznějších výkyvů než u oblastí přímořských. Červenec je nejteplejším měsícem v roce a průměrná teplota se pohybuje okolo 18°C, v nejchladnějším měsíci lednu průměrná teplota neklesá pod -2°C.

Autor dále tvrdí, že typickým znakem klimatu mírného pásu je značná proměnlivost počasí, které je dána teplým Golfským proudem. Proměnlivost počasí v České republice je mimo jiné způsobena také střídáním vlivu oceánského a kontinentálního klimatu a existencí alpského masivu, který má na svědomí narušování a zpomalování proudění vzduchu a pohybu tlakových níží.

Jeden z negativních důsledků klimatického působení v cestovním ruchu je sezónnost. Zelenka a Pásková (2012) vysvětlují, že ačkoliv se Česká republika neřadí mezi země s vysokou sezónností, i zde dochází k rozdílné fluktuaci návštěvníků během roku. Nejvíce návštěvníků přijíždí do České republiky v letních měsících, nejméně pak v lednu a únoru. Toto období pak nazýváme mimosezóna. Typický průběh sezónnosti v ČR je znázorněn v grafu č. 4 na další stránce.

Graf 4: Průběh sezónnosti v ČR



Zdroj: převzato z: Kratochvíl, 2014

Jak poukazuje Hrala (2001), významný je také počet tzv. letních a mrazových dnů. Letní dny jsou ty dny, ve kterých se teploty pohybují okolo 25°C a jsou tak perfektním předpokladem pro realizaci letních sportů. Těchto dnů je během roku nejvíce v Polabí a Dolnomoravském úvalu, kde jejich počet kolísá mezi 50-60. Největší počet mrazových dní si připisují horské oblasti Krkonoše a Jeseníky, jejich počet se pohybuje od 150 do 160 dnů v roce. V takových dnech se průměrná denní teplota drží na bodu mrazu. Neméně významný je také úhrn srážek. Nejvíce srážek spadne v měsících červnu, červenci a srpnu.

4 PRAKTICKÁ ČÁST

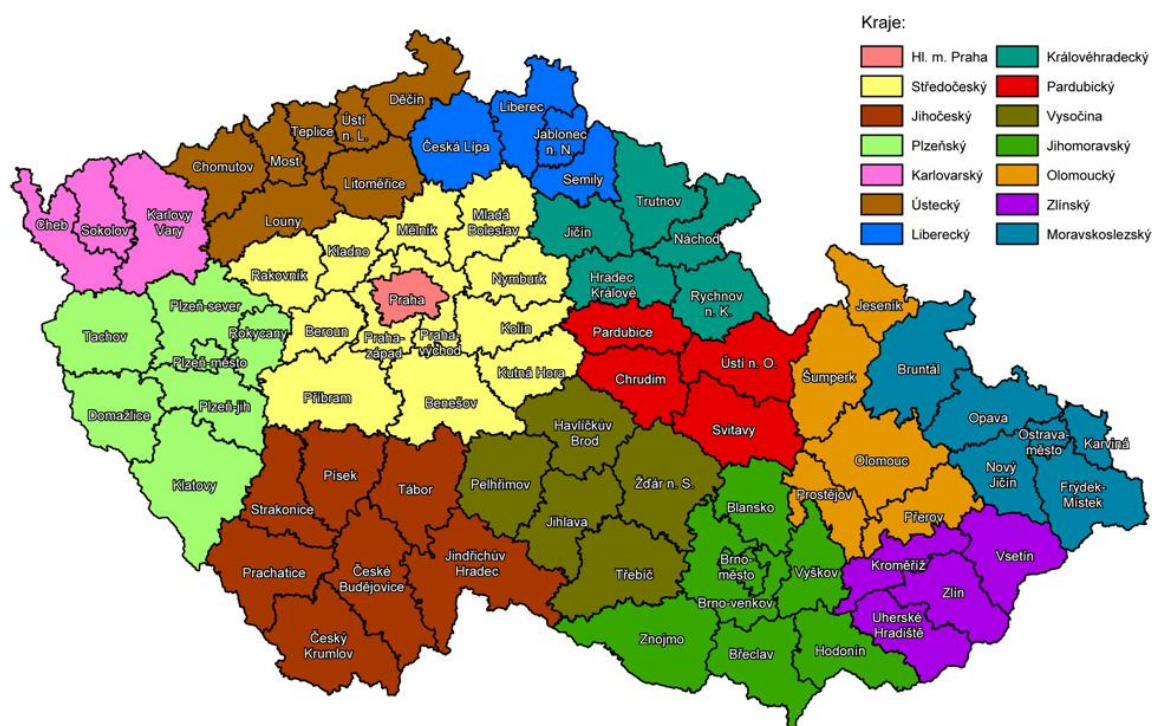
Praktická část obsahuje vlastní výzkum autorky práce ve vybraných ubytovacích zařízeních v okrese Litoměřice.

4.1 Případová studie Litoměřicko

4.1.1 Charakteristika okresu Litoměřice

Okres Litoměřice se rozkládá podél soutoku řek Labe a Ohře na území Ústeckého kraje. Jak je vidět z mapy územního členění České republiky ze stránek ČSÚ (2005), Litoměřicko na severozápadě sousedí s okresem Česká Lípa, který spadá pod Liberecký kraj, jižně a jihovýchodně pak s okresy Kladno a Mělník, oba spadající pod kraj Středočeský.

Obrázek 2: Územní členění České republiky



Zdroj: převzato z: ČSÚ (2005)

Okres Litoměřice je ČSÚ (2012) charakterizován jako převážně nížinatá oblast s výjimkou členitého úseku Českého středohoří. Průměrná nadmořská výška je 250 m n. m. a nejvyšším bodem okresu je Milešovka se svými 837 m. Za nejnižší území je považováno právě povodí řek Labe a Ohře. Jedná se o velmi úrodnou krajinu s množstvím vinogradů a ovocných sadů.

Dále je uvedeno, že Litoměřice jsou jedním z nejřidčeji osídlených okresů v Ústeckém kraji, hustotou zalidnění se řadí až na 6., tedy předposlední místo. Administrativně se člení do celkem 105 obcí. Administrativní rozdělení okresu je vidět na následujícím obrázku.

Obrázek 3: Administrativní rozdělení okresu Litoměřice



Zdroj: převzato z: ČSÚ (2008)

Co se týče klimatických podmínek, okres je dle ČSÚ (2012) popisován jako mírně teplá, sušší oblast. Průměrná teplota se za poslední roky pohybuje okolo 9°C a roční úhrn srážek dosahuje 670mm. Jak uvádí portál Žít Ústí (2014), Doksany - obec

nacházející se v okrese Litoměřice, jsou považovány za jedno z nejteplejších míst v České republice a dlouhodobě zde padají teplotní rekordy. Doksany jsou zároveň sídlem jedné z meteorologických stanic, jejíž provozovatelem je Český hydrometeorologický ústav.

4.1.2 Cestovní ruch na Litoměřicku

Okres Litoměřice patří díky svému přírodnímu a kulturnímu bohatství k oblíbené destinaci. Dle statistik meziroční návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení zveřejněné ČSÚ (2014) v okrese je zřejmé, že příjezdový cestovní ruch si drží mírně stoupající tendenci. Zatímco v roce 2002 se počet turistů vyšplhal na necelých 43600 v okrese, v roce 2014 byl jejich počet o třetinu vyšší. Oblíbenost okresu stoupá nejenom mezi tuzemskou, ale i zahraniční klientelou. Většinu zahraničních hostů tvoří podle autorů Studnička a Attl (2009) Němci, Holanďané a Francouzi.

Autoři dále uvádějí nejčastější motivace turistů k návštěvě regionu. V případě obou skupin převažují tři důvody: poznání, turistika a sport a relaxace. Procentuální zastoupení je zobrazeno v tabulce č 2. Jedná se o data z r. 2006.

Tabulka 2: Motivace turistů k návštěvě okresu Litoměřice

	Tuzemci	Cizinci
Poznání	34,48 %	55,56 %
Turistika a sport	16,09 %	12,70 %
Relaxace	11,49 %	6,35 %

Zdroj: vlastní zpracování podle: Studnička, Attl (2009)

Důvodem vysoké fluktuace turistů z německa je především výhodná poloha poblíž hranic a nespočet významných historických událostí ovlivňující dějiny německého národa. Litoměřicko bylo v minulosti součástí pohraniční oblasti Sudety, ve které převaldalo německé osídlení.

Na pověsti okresu Litoměřice má svůj podíl také management destinace, který je realizován pod záštitou Destinační agentury České středohoří o.p.s. Hlavní cíle destinační agentury jsou specifikovány na serveru České středohoří (2015) následovně:

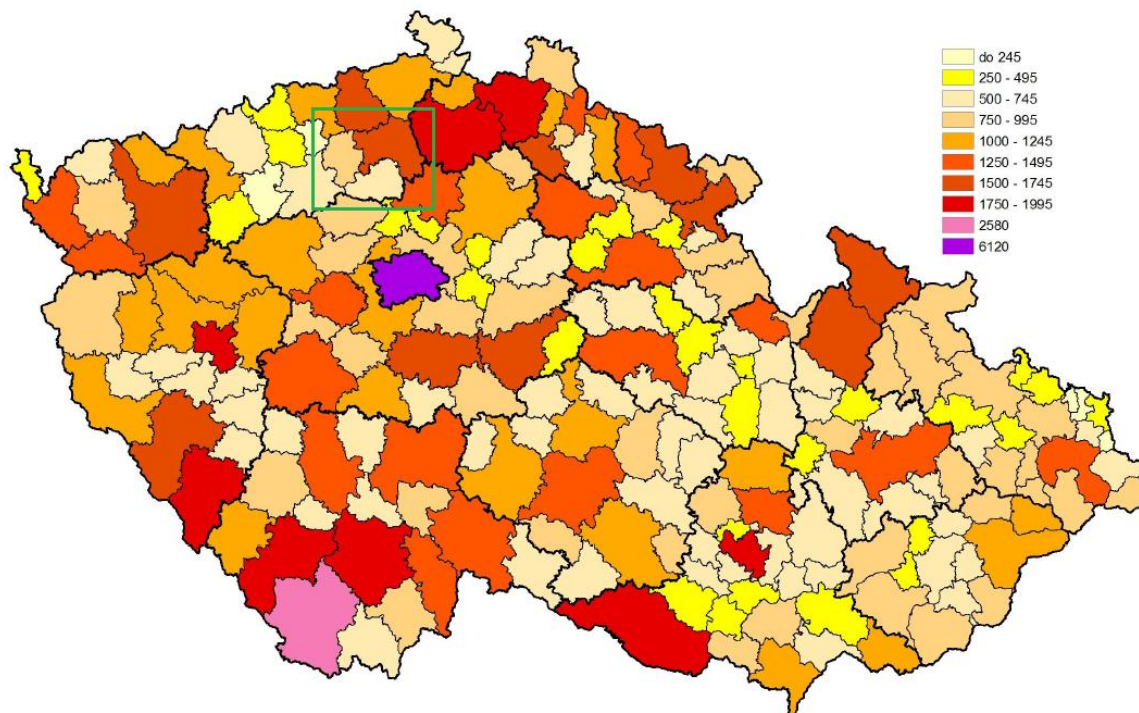
- informovanost a vzdělávání veřejnosti,
- péče o přírodní a životní prostředí a podpora šetrných forem turistiky,
- prezentace regionu v České republice i zahraničí a zahraniční spolupráce,
- udržitelnost a podpora regionálního rozvoje,
- vydávání odborných publikací, a další.

Za zmínku stojí i projekt Zdravé město Litoměřice (2015), iniciovaný Světovou zdravotnickou organizací WHO. Město se od roku 2002 pyšní řádným členstvím v Národní síti zdravých měst - asociaci, která se podílí na udržitelném rozvoji, strategickém řízení a propagaci tohoto území. Prestižního označení se dočkají pouze ta města, která podporují myšlenku kvalitnějšího a spokojenějšího života svých obyvatel a podílí se na zlepšení životního a sociálního prostředí. Projekt podporuje také šetrný cestovní ruch - venkovský cestovní ruch a veškeré jeho formy.

Pro cestovní ruch dané oblasti je také významný její potenciál. Potenciál chápe Pásková a Zelenka (2012, s.433) jako *"souhrnnou hodnotu všech předpokladů cestovního ruchu oceněných na základě bodovací škály, sníženou o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu, zejména o špatný stav složek životního prostředí a konfliktní land-use daného území"*. Potenciál cestovního ruchu bývá často také zaměňován s lokalizačními předpoklady, jak uvádí autoři Vystoupil a kol. (2006)

Na obrázku č. 4 na další straně je kartogram zobrazující počet veškerých atraktivit u jednotlivých obcí s rozšířenou působností. Okres Litoměřice je vyznačen zelenou hraniční linií. Nejlépe si stojí obec Litoměřice, dále pak Lovosice a naposledy obec Roudnice nad Labem.

Obrázek 4: Celkový potenciál CR v okrese Litoměřice



Zdroj: upraveno podle: ÚÚR (2010)

Do oblasti litoměřického okresu zasahují turisty vyhledávané rekreační oblasti jako České středohoří a Kokořínsko a spolu s atraktivními městy dělají s Litoměřicka cílovou destinaci tuzemských i zahraničních turistů. Také některé nově se vyskytující trendy na trhu cestovního ruchu mají své nepopiratelné zastoupení na Litoměřicku. Významný je především temný turismus a event turismus. V okrese se každoročně konají akce, které jsou velmi oblíbené mezi veřejností. Jedná se zejména o Zahradu Čech a Vinobraní v Litoměřicích nebo akce Piráti na jezeře v Úštěku. Event turismus každoročně přivábí mnoho turistů z okolí i z odlehlých částí České republiky.

Podle charakteristiky na stránkách ČSÚ (2012), potenciál cestovního ruchu na Litoměřicku je nemalý a okres má vhodné podmínky pro rekreaci a další rozvoj toho odvětví.

4.1.3 Vybrané atraktivy okresu

Mezi města, která jsou důležitými destinacemi cestovního ruchu, řadíme město Litoměřice a Úštěk, navštěvované zejména kvůli svým zachovalým historickým jádrům, Libochovice a Ploskovice pro tamní zámky, Mšené lázně pro účely lázeňských pobytů a Terezín jako vyhledávaná destinace příznivců dark turismu.

Město Litoměřice je rájem zahrádkářů. Je proslulé zejména díky výstavišti Zahrada Čech, kde se pravidelně každý rok v září koná stejnojmenná výstava. Ve stejný měsíc je pořádána hned další akce, a to litoměřické Vinobraní, které se těší velké oblibě v celém kraji a každý rok se ho zúčastní několik tisíc lidí.

I v Litoměřicích je možné narazit na německé turisty obdivující historické jádro města. Jak je uvedeno na portálu Tourism.cz (2005), centrum má již od roku 1978 status městské památkové rezervace.

Asociace turistických regionů České republiky ATUR ČR (2006) vyzdvihuje atraktivitu města Litoměřice. Dominantou je Mírové náměstí s morovým sloupem tyčícím se uprostřed. Náměstí je olemováno městskými hradbami v gotickém stylu a v centru se nachází několik kostelů. Na své si přijdou nejenom milovníci architektury, ale také historie a literatury. Ve městě se nachází dům "Na Vikárce", kde svého času bydlel a zemřel básník Karel Hynek Mácha. Další hojně navštěvovanou památkou je např. gotický hrad ze 13.století nebo historické sklepení, které se s délkou cca 3 km řadí k nejdelším v Čechách. Město Litoměřice je vyhledáváno také příznivci cykloturistiky a vinařství. Tato tradice je zde zachována již od 14. století. Litoměřice se dají obdivovat hned ze dvou vyhlídkových míst - Mostné hory, na které stojí vyhlídková věž s vyhlášenou restaurací Legenda, a Radobýlu, oblíbeného výletního místa s křesťanským křížem na vrcholku.

Město Terezín je cílem především příznivců temného turismu a turistů z Německa, a to zejména kvůli Památníku, jehož účelem je uchovávat památku na oběti z 2.světové války. Všechny expozice jsou uvedeny na oficiálních stránkách Památníku Terezín (2012). Hlavní sídlo památníku se nachází v Malé pevnosti, mezi další

expozice patří Krematorium, Muzeum ghetta, Modlitebna, Židovský hřbitov s krematoriem, Národní hřbitov a další. Pevnost Terezín dokonce usiluje o zapsání na seznam programu světového dědictví UNESCO.

Sonnková (2012) uvádí, že pevnost nechal vybudovat císař Josef II. v 18.století a na počest královny a císařovny Marie Terezie ji pojmenoval Terezín. Až později bylo uvnitř pevnosti založeno královské město. Pevnost se skládá ze dvou částí: Hlavní pevnosti a Malé pevnosti. Po 2.světové válce se pevnost stala největším koncentračním táborem na území Protektorátu a proto bylo v roce 1947 rozhodnuto o vybudování zdejšího památníku.

Nejhezčí pohled na město se naskýtá z leteckého pohledu, kdy se vyjímá netradiční tvar Hlavní pevnosti. Ceny jsou ovšem díky turistům ze zahraničí v tomto nevelkém městečku značně nadsazené.

Pevností Terezín ovšem seznam atraktivit temného turismu na Litoměřicku nekončí. Na webové stránce Podzemní továrna Richard (2011) je uvedena informace, že ve městě Litoměřice se nachází také budova bývalého krematoria, jejíž stavba byla započata v roce 1945 jako reakce na vysokou úmrtnost v litoměřickém koncentračním táboře a podzemní továrně.

Město Ústěck se pyšní zachovalým historickým centrem a malebnou okolní krajinou, ve které je situován. Město Ústěck (2015) láká návštěvníky na svých internetových stránkách na tematicky zaměřené akce, kterými jsou například Piráti na jezeře, Ústěcký masopust, Historický jarmark nebo vánočně laděný advent. Za návštěvu stojí i Čertovo muzeum.

Ploskovice a Libochovice jsou malá městečka, ale o turisty nemají nouzi. Zdejší zámky jsou v blízkém okolí proslulé a pořádá se zde mnoho akcí pro veřejnost, zejména pro děti. Ploskovický zámek se nachází v těsném sousedství města Litoměřic.

Obcí, která leží na samém okraji okresu Litoměřice, ale svou nabídkou se od ostatních velmi liší, je obec **Mšené-lázně**. Jejími návštěvníky jsou klienti vyhledávající lázeňské

služby a odpočinek v přírodě. V současné době je obec podle oficiálních webových stránek Mšené-lázně (2006) jedinou lázeňskou obcí v okrese.

Na území litoměřického okresu se nachází také jedna z chráněných krajinných oblastí - **České středohoří**. Na portálu AOPK ČR (2015) je tato oblast poeticky popsána jako *"neopakovatelný typ krajiny, jehož obdobu bychom marně hledali v České republice i v okolních státech střední Evropy"*. Někteří ho také s oblibou nazývají zapomenutým rájem.

Popis na webové stránce dále uvádí, že CHKO se rozprostírá po obou březích řeky Labe a skládá se z 5 národních přírodních rezervací, 8 národních přírodních památek, 12 přírodních rezervací a 18 přírodních památek. Jedná se o jednu z nejbohatších oblastí co se týče škály živočichů a rostlin v republice. Díky příznivým podmínkám byla tato oblast v minulosti velmi rychle osídlena a proto zde dnes není nouze ani o historické památky.

Další nepřehlédnutelnou atraktivitou je zřícenina **hradu Házmburk**, která se tyčí na kopci nad obcí Klapý. Litoměřický okres je také stále mnohými spojován s památnou **horou Říp**, která svou minulostí odkazující na příchod a osídlení oblasti slovanskými předky láká i příznivce historie.

4.2 Sběr informací a průběh šetření

V okrese Litoměřice byl na jaře roku 2014 proveden výzkum, jehož cílem bylo určit míru spojitosti klimatického průběhu sezóny a čerpání ubytovacích služeb u vybraných ubytovacích zařízení v okrese. Výzkum byl prováděn ve formě nestrukturovaného rozhovoru se zástupci několika ubytovacích zařízení.

Metoda dotazování:	nestrukturovaný rozhovor
Lokalita:	okres Litoměřice
Cílová skupina:	provozovatelé/majitelé/ředitelé/manažeři ubytovacích zařízení
Velikost vzorku:	8 respondentů
Etapa výzkumu:	hlavní sezóna 2013
Termín výzkumu:	jaro 2014

V okrese Litoměřice je podle databáze ČSÚ (2015) celkem 61 hromadných ubytovacích zařízení, z toho 18 hotelů, 1 hotel garni, 11 penzionů, 9 turistických ubytoven, 5 chatových osad, 6 kempů a dalších 12 hromadných ubytovacích zařízení, které nejsou zařazené ani do jedné z těchto kategorií.

Klíčovým faktorem pro úspěšné dokončení praktické části byla ochota respondentů zúčastnit se rozhovoru. Z 22 původně oslovených ubytovacích zařízení se podařilo získat informace od 8 z nich. Jedná o hotely, penziony, kempy, chatové osady nebo zařízení, která jsou na stránkách ČSÚ (2015) uvedena jako ostatní zařízení jinde nspecifikovaná.

Rozhovor následně probíhal přímo s majiteli, řediteli nebo provozovateli jednotlivých institucí, případně marketingovým manažerem. V případě, že si respondenti nepřáli, aby byla jejich jména zveřejněna, vystupují dále v textu jako Anonym 1, 2, 3, atd.

Seznam respondentů je uveden na další stránce v tabulce č. 3, jejich rozmístění v okrese pak na obrázku č. 5. Ve výběru jsou zastoupeny subjekty fungující jak celoročně, tak pouze během hlavní sezóny.

Tabulka 3: Seznam respondentů

Subjekt	Ubytovací zařízení	Kategorie	Provoz
1.	Hotel Apollon	HOTEL	celoroční
2.	Hotel Lev	HOTEL	celoroční
3.	Chata Lucie	PENZION	celoroční
4.	Rekreační středisko Opárno	KEMP	jednosezónní (letní)
5.	Autokemp Úštěk u jezera Chmelař	KEMP	jednosezónní (letní)
6.	Rekreačního středisko Pod Lipou	CHATOVÁ OSADA	jednosezónní (letní)
7.	Státek pod Kalvárií	OSTATNÍ	celoroční
8.	Farma Zababeč	OSTATNÍ	celoroční

Zdroj: vlastní zpracování podle: ČSÚ (2015)

Obrázek 5: Rozmístění dotazovaných ubytovacích zařízení v okrese Litoměřice



Zdroj: upraveno podle: ČSÚ (2008)

Dopad klimatu a jeho vývoje během roku způsobuje jeden z nežádoucích vlivů v cestovním ruchu - sezónnost. Toto téma bylo podrobněji rozebíráno v kapitole 3.4 Klima České republiky, sezónní průběh v ČR je znázorněn v grafu č. 4. Ovlivnění sezónností je patrné i z výčtu ubytovacích zařízení, které omezují svůj provoz pouze na jednu sezónu v roce - letní sezónu. Tato ubytovací zařízení jsou zejména kempy a chatové osady, kterých je v litoměřickém okrese celkem 11, a všechny podle veřejné databáze hromadných ubytovacích zařízení ČSÚ (2015) provozují činnost pouze během letního období. Tři z dotazovaných respondentů zastupují jedny z těchto ubytovacích zařízení a omezení provozu zdůvodňují následovně:

- Anonym č. 1 (2014) - majitel kempu Jordán - tvrdí: *"Je pro nás finančně nevýhodné provozovat činnost po celý rok. Návštěvníci k nám jezdí převážně za účelem rekreace v přírodě nebo u vody. A chtějí samozřejmě pěkné počasí."*
- Anonym č. 2 (2014), který je provozovatelem kempu Úštěk u jezera Chmelař zdůvodňuje omezení provozu následovně: *"Máme otevřeno pouze během léta, kdy máme plno a často nedokážeme uspokojit poptávku. Mimo hlavní sezónu není náš kemp pro lidi atraktivní, protože vyhledávají odpočinek u vody."*
- Podobný důvod udává i Anonym č.3 (2014), majitel rekreačního střediska Pod Lipou: *"Zákazníci chtějí příjemné teploty pro turistiku."*

Výsledky výzkumného šetření, které budou v následující části prezentovány, se týkají hlavní sezóny roku 2013. Důvod tohoto zaměření je jednosezónní provoz některých subjektů a tedy i následná redukce počtu respondentů. Ze shody ve výpovědích respondentů lze nejvyšší návštěvnost v roce připsat období od června do konce září. O tomto období bude v textu dále pojednáváno jako o hlavní sezóně.

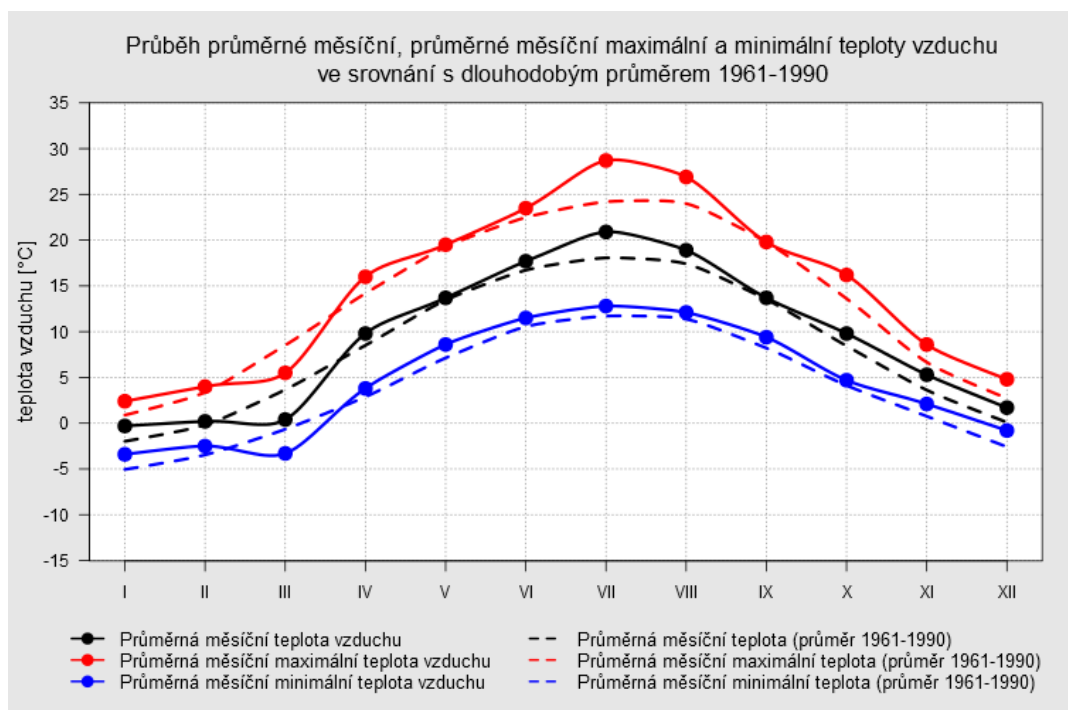
4.3 Zpracování výsledků výzkumného šetření

Hlavním cílem rozhovoru bylo zjistit vliv sezónního klimatického průběhu na využití ubytovacích služeb, které poskytují vybraná ubytovací zařízení v okrese Litoměřice. Účelem rozhovoru bylo zjistit, v jaké míře subjekty pocítují dopad počasí a jestli se snaží s tímto dopadem nějakým způsobem vyrovnávat.

V průběhu hlavní sezóny 2013 se podle měsíčních údajů ze stránek ČHMÚ (2013b) počet letních dnů vyšplhal na 66. Srovnatelný počet byl naměřen za stejné období i v roce 2012 (ČHMÚ 2012), o něco chladnější pak byly tyto měsíce v roce 2011. V roce 2013 došlo i k nejčastějšímu výskytu tropických dnů, tedy dnů s teplotou přesahující 30°C.

Graf č. 5 znázorňuje měsíční vývoj průměrných teplot vzduchu za rok 2013 v porovnání s dlouhodobým průměrem v letech 1961-1990.

Graf 5: Vývoj teploty vzduchu za rok 2013



Zdroj: převzato z: ČHMÚ (2013b)

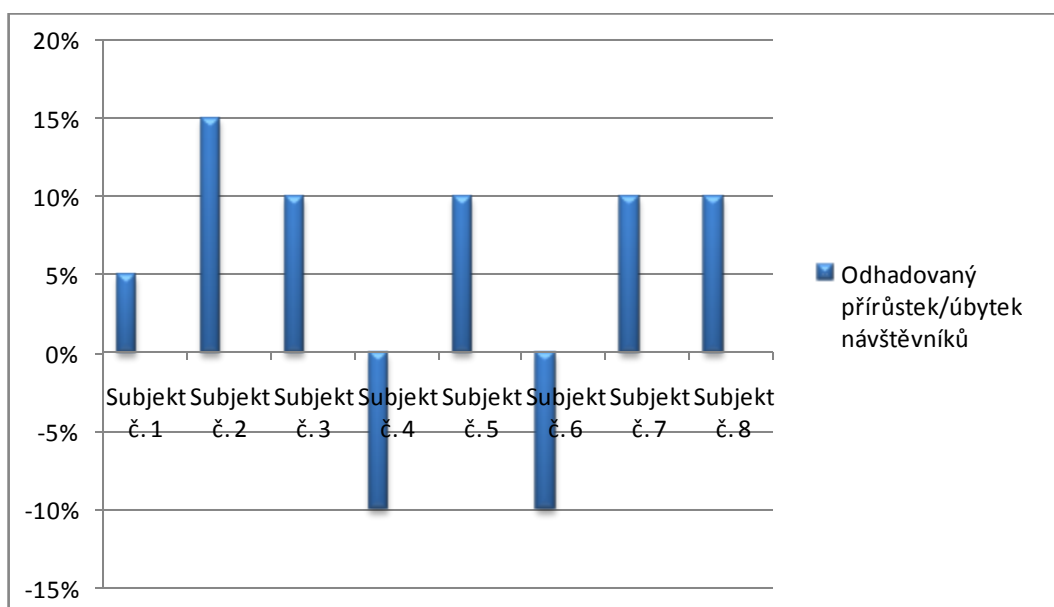
Z dat je patrné, že měsíční vývoj teplot v roce 2013 vykazoval zvýšené hodnoty průměrných teplot v určitých obdobích roku. V roce 2013 lze příznivým charakterizovat především měsíc červenec a srpen, kdy se teploty vyšplhaly vysoko nad průměrné hodnoty minulých let.

Celkový příznivý průběh letní sezóny 2013 zmínili i někteří respondenti:

- Voštová (2014): *"Letošní léto bylo mimořádně krásné."*
- Stejného názoru je i Anonym č.5 (2014): *"Počasí se během této hlavní sezóny vydařilo."*

Vypovídajícím se jeví odhadovaný přírůstek/úbytek návštěvníků v porovnání s průměrem návštěvnosti předchozích dvou let. Zatímco obsazenost se nijak výrazně nelišila od hlavní sezóny 2012, která byla podle historických dat ČHMÚ (2012) neméně příznivá, v roce 2011 byl počet návštěvníků u dotazovaných subjektů již o něco nižší. Přírůstek a úbytek klientely je znázorněn v grafu č. 6.

Graf 6: Odhadovaný přírůstek/úbytek návštěvníků v závislosti na klimatickém průběhu sezóny 2013 v porovnání s průměrem návštěvnosti předchozích dvou let

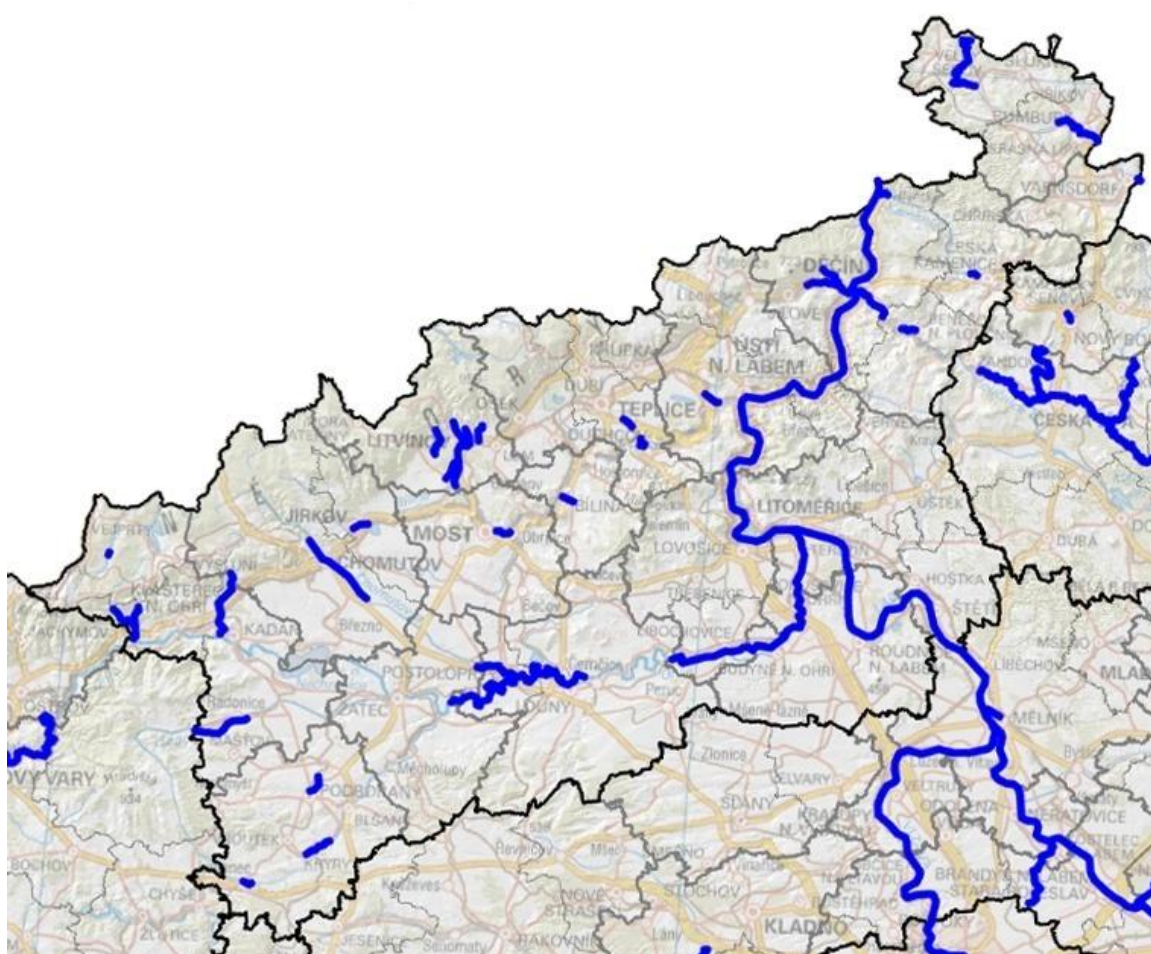


Zdroj: vlastní zpracování podle vyhodnocených rozhovorů, 2015

Někteří respondenti se v souvislosti s klimatickým průběhem sezóny zmínili také o mimořádné situaci, která nastala na přelomu května/června roku 2013 - propukly rozsáhlé povodně na území celé České republiky. Zatímco počet letních dnů v červnu 2013 byl srovnatelný s počtem těchto dnů v předchozím roce, srážkových úhrnů bylo podle statistik ČHMÚ (2013b) o 53% více.

Okres Litoměřice, ležící podél soutoku řek Labe a Ohře, se řadí mezi oblasti s významným povodňovým rizikem. Riziková oblast je znázorněna na obrázku č.6.

Obrázek 6: Oblasti Ústeckého kraje s potenciálně významným povodňovým rizikem



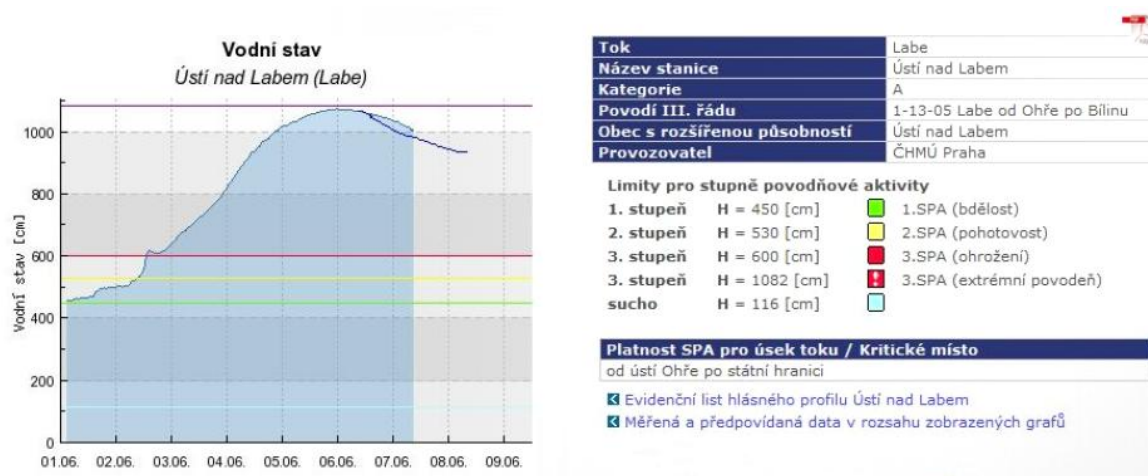
Zdroj: převzato z: ČHMÚ (2013c)

ČHMÚ (2013d) vydal pod záštitou Ministerstva životního prostředí dokument o vyhodnocení povodní v červnu 2013, ve kterém podrobně popisuje průběh událostí. Zápavy se projeví ve třech nárazových vlnách. První vlna propukla 29. května,

trvala celkem 8 dnů a zapsala se ze všech tří jako nejintenzivnější. Na toku Labe došlo k překročení úrovně 100leté vody a došlo k rozsáhlému postižení přilehlých oblastí. Byl vyhlášen 3. stupeň povodňové aktivity, k největší kulminaci došlo 6. června. Poslední vlna udeřila v poslední třetině měsíce a oficiálně skončila 27. června.

Následující graf znázorňuje vývoj srážek naměřených v 1. vlně povodní hydrometeorologickou stanicí v Ústí nad Labem.

Graf 7: Vodní stav během 1.vlny povodní v červnu 2013

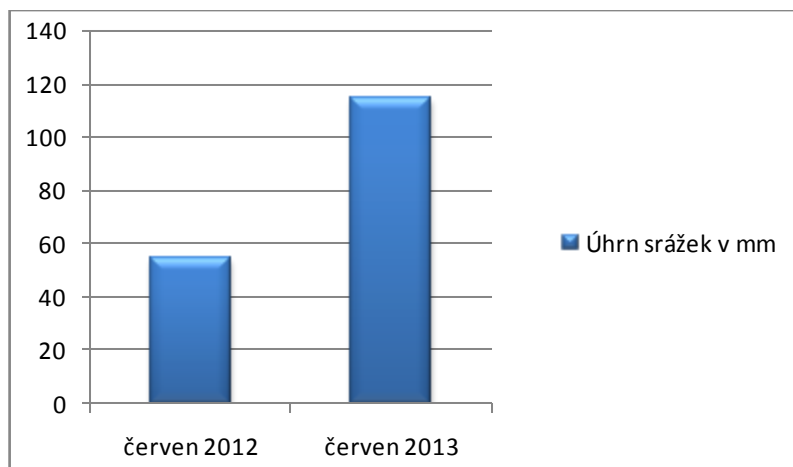


Zdroj: převzato z: ČHMÚ (2013a)

Žádný z respondentů neuvedl, že by byl subjekt povodněmi přímo zasažen a vznikly majetkové škody, které znemožnily provoz. Mnoho z nich ale poukázalo na fakt, že povodně měly mimo jiné výrazný vliv na návštěvnost ubytovacích zařízení. Došlo k výraznému úbytku klientely během celého června. Paní Jakubíková (2014) se domnívá, že snížení návštěvnosti mohlo být také důsledkem zhoršení dopravní dostupnosti. V celém okrese došlo k uzavření některých silničních úseků a železničních tras.

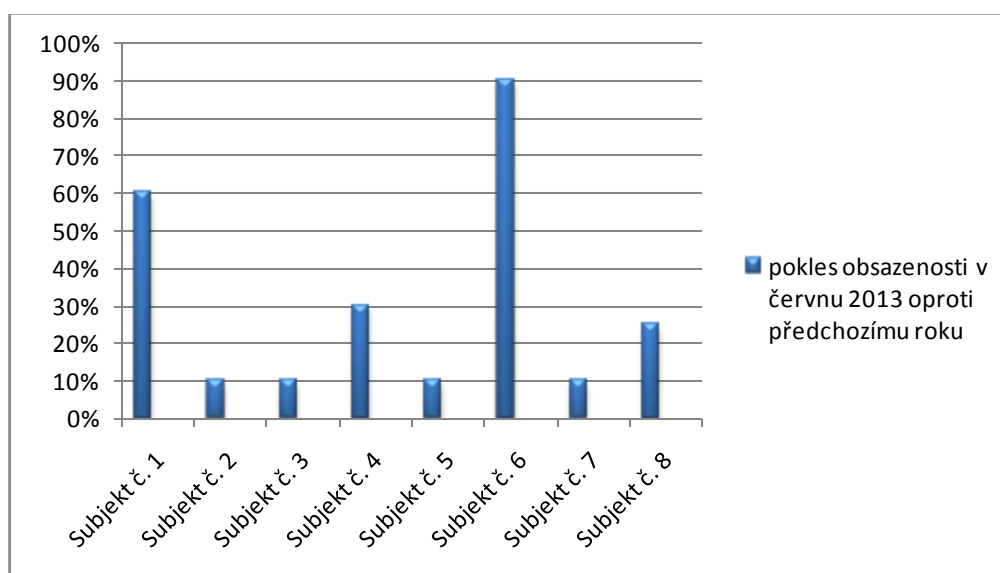
Pro představu dopadu povodní poslouží 8. a 9. graf na následující straně. Graf č. 8 porovnává srážkové úhrny za měsíc červen ve dvou po sobě následujících letech. V následujícím grafu je pak uveden odhadovaný přírůstek/pokles obsazenosti za tento měsíc ve srovnání s předchozí sezónou.

Graf 8: Porovnání srážkových úhrnů v okrese Litoměřice za vybrané měsíce v roce 2012 a 2013



Zdroj: vlastní zpracování podle: ČHMÚ (2012), ČHMÚ (2013b)

Graf 9: Úbytek návštěvníků v červnu 2013 oproti červnu 2012



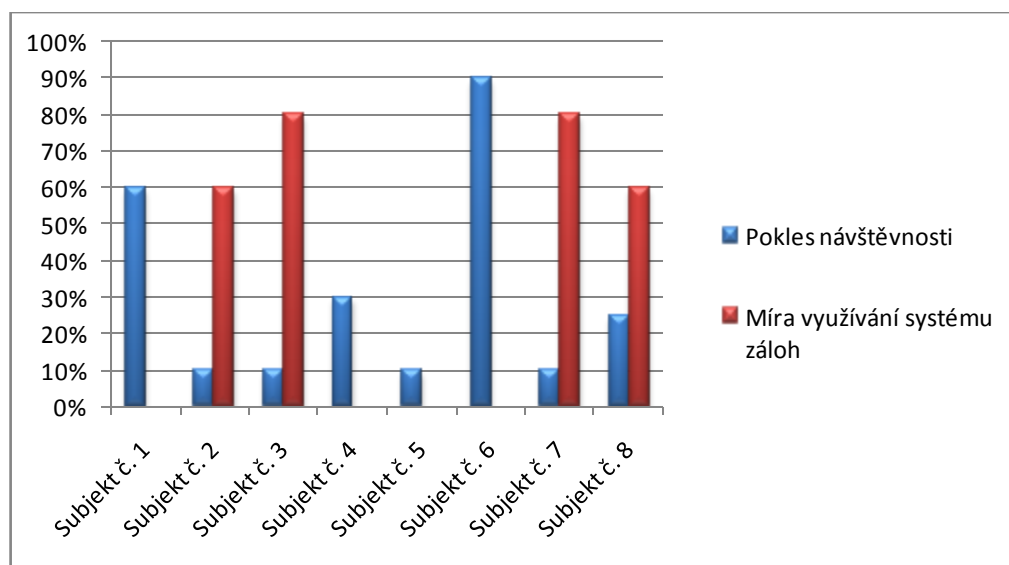
Zdroj: vlastní zpracování podle vyhodnocených rozhovorů (2015)

Anonym č.3 zastupující subjekt č.6 dokonce uvedl, že během měsíce června došlo k takovému úbytku zájmu o jeho služby, že uvažoval o pozastavení provozu. Z grafu je patrné, že s výjimkou subjektů 1 a 6, kteří zaznamenali rapidní pokles ve využití ubytovacích služeb, ostatní nepocítili nepříznivý vývoj meteorologických ukazatelů v červnu 2013 v takové míře.

S touto situací souvisí vyjádření názorů respondentů na otázku, zda pozorují vliv počasí na poptávce po jejich ubytovacích službách. Polovina respondentů se shodla na tom, že počasí je pro ně rozhodujícím faktorem, druhá polovina dotazovaných víceméně nepocituje vliv počasí v takové míře, protože se spoléhají na systém zálohových plateb, při kterých je zákazník nucen stvrdit objednávku určitou finanční částkou.

Pro lepší pochopení významu zálohových plateb poslouží graf č. 10, na kterém je znázorněna závislost míry využívání systému záloh jednotlivými podnikatelskými subjekty a úbytku klientely vlivem nepříznivého klimatického průběhu v červnu 2013.

Graf 10: Úbytek klientely vlivem nepříznivého průběhu klimatu v závislosti na míře využívání systému záloh subjektem CR



Zdroj: vlastní zpracování podle vyhodnocených rozhovorů (2015)

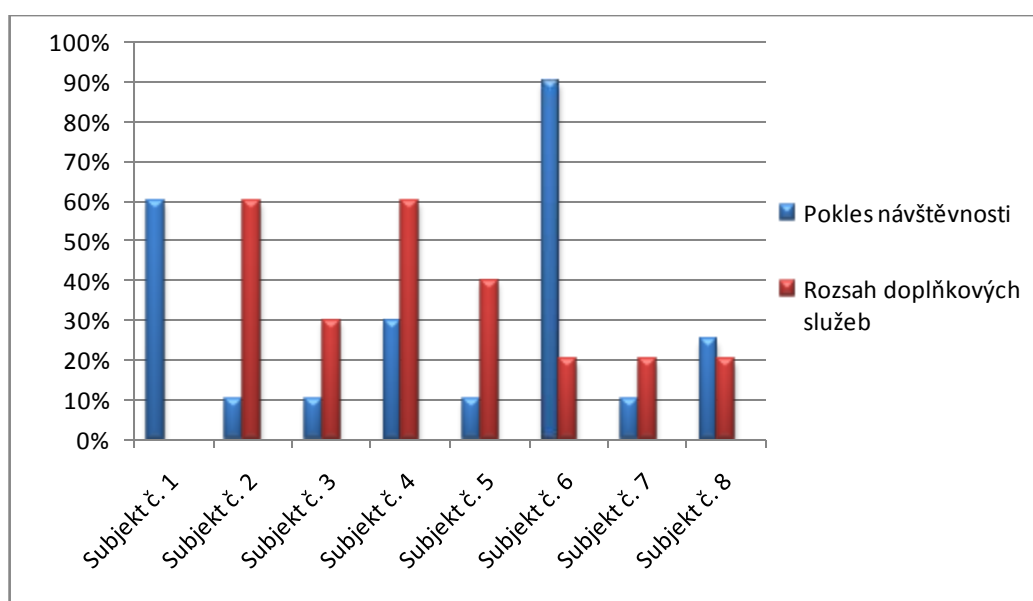
Subjekty, které aplikují systém záloh se nesetkaly s tak velkým úbytkem zájmu o jejich služby jako ty subjekty, které nevyžadují potvrzení rezervace uhrazením finanční částky.

Výjimkou jsou subjekty č.4 a 5, které nevyžadují po svých klientech uhrazení zálohy a přesto nezaznamenaly rapidní úbytek klientů. Tyto subjekty mají ovšem velmi rozmanitou nabídku komplementárních služeb. Ubytovací zařízení zpravidla nabízí

základní služby, mezi které řadíme služby ubytovací a služby stravovací. Mnoho z nich ovšem zařazují do své nabídky i nejrůznější doplňkové služby, které mohou sloužit jako konkurenční výhoda oproti ostatním subjektům nebo jako účinný nástroj pro snížení dopadu sezónnosti na jejich podnikání. Jak je blíže specifikováno v kapitole 3.1.3 Služby ubytovacích zařízení, mezi tyto služby patří například kulturní a sportovně-rekreační možnosti, kongresové a animační služby, wellness, fitness a další.

Graf č. 11 zobrazuje míru nabídky doplňkových služeb a pokles návštěvnosti v červnu 2013. Pozornost je třeba obrátit na ta zařízení, která nevyužívají systém záloh - tedy subjekty č. 1, 4, 5 a 6.

Graf 11: Pokles návštěvnosti vlivem nepříznivého průběhu klimatu v závislosti na rozsahu nabídky doplňkových služeb subjektu CR



Zdroj: vlastní zpracování podle vyhodnocených rozhovorů (2015)

Subjekty 4 a 5 nevyužívají systému záloh a přesto nevykazují rapidní pokles návštěvnosti. Naopak subjekt č. 1, který nenabízí žádné doplňkové služby, se potýkal s velkým úbytkem návštěvnosti. Podobně je tomu tak i u subjektu č. 6.

Pro lepší orientaci a porovnání těchto dvou nástrojů byly hodnoty z grafu č. 10 a 11 znázorněny do tabulky č. 4 na další straně, která přehledně zobrazuje závislost

úbytku návštěvnosti na vybraných ukazatelích. Pro vyjádření míry využívání systému záloh a úbytku návštěvníků vlivem nepříznivého průběhu klimatu byla stanovena následující kritéria:

- 1 - 20% nízká míra
- 21-50% střední míra
- 51% a více vysoká míra

Stejná kritéria byla použita v případě rozsahu nabídky doplňkových služeb, které mohou zákazníci využívat. Mezi všechny respondenty nabízené a zmíněné doplňkové služby patří služby sportovně-rekreační, wellness, kongresové, animační, fitness a společensko-kulturní. Podle počtu nabízených služeb byla stanovena nízká, střední a vysoká míra.

- 0-1 doplňkových služeb nízká míra
- 2-3 doplňkové služby střední míra
- 4 a více doplňkových služeb vysoká míra

Tabulka 4: Závislost míry rušení rezervací na vybraných ukazatelích

	Míra využívání systému záloh	Míra rozsahu nabídky doplňkových služeb	Míra úbytku návštěvníků vlivem nepříznivého průběhu klimatu
Subjekt č.1	-	-	Vysoká
Subjekt č.2	Vysoká	Vysoká	Nízká
Subjekt.3	Vysoká	Střední	Nízká
Subjekt č.4	-	Vysoká	Střední
Subjekt č.5	-	Střední	Nízká
Subjekt č.6	-	Nízká	Vysoká
Subjekt č.7	Vysoká	Nízká	Nízká
Subjekt č.8	Vysoká	Nízká	Střední

Zdroj: vlastní zpracování podle vyhodnocených rozhovorů (2015)

Někteří respondenti pak ještě považovali za vhodné zmínit další skutečnosti související s touto problematikou. Paní Sassmannová (2014) se například snaží neexistenci doplňkových služeb kompenzovat prezentováním atraktivit v okolí, a to formou letáčků nebo přímou komunikací s hosty. Domnívá se, že Litoměřicko je na kulturní a přírodní atraktivity bohaté a mnohé z nich jsou vhodnou volbou jak strávit dovolenou i v případě nepříznivého počasí. Atraktivity okresu jdou přiblíženy v kapitole 4.1.3 Vybrané atraktivity okresu. Podobně prezentuje tyto možnosti i paní Hejzlarová a Voštová (2014).

Dva z respondentů také poukázali na význam event turismu. V okrese Litoměřice je každoročně pořádáno hned několik akcí, za kterými cestují jak lidé z blízkého okolí, tak z celé republiky (viz. kapitola 4.1.3). Mezi ty nejvýznamnější patří Vinobraní a Zahrada Čech v Litoměřicích a Piráti na jezeře v Úštěku. Anonym č. 2 (2014) - provozovatel kempu Úštěk u jezera Chmelař uvedl, že ať se počasí vyvíjí jakkoliv, obsazenost kempu během této víkendové akce zůstává rok co rok víceméně stejná. Za stejně významný považuje event turismus také majitel hotelu Apollon - pan Danko (2014) a Anonym č. 3 (2014) - majitel rekreačního střediska Pod Lipou. Oba každoročně zaznamenají nárůst klientely v průběhu těchto akcí.

4.4 Shrnutí výsledků šetření

Cílem výzkumného šetření, které bylo realizováno u vybraných subjektů v okrese Litoměřice, bylo určit vliv fyzicko-geografických faktorů na realizaci produktu cestovního ruchu, v tomto případě závislost čerpání ubytovacích služeb na průběhu klimatického charakteru sezóny. Na základě rozhovorů byly porovnány informace získané od respondentů a meteorologická data ze zkoumaného období.

Podle statistik ČHMÚ se hlavní sezóna roku 2013 jevila jako nejpříznivější za roky 2011-2013. Během hlavní sezóny došlo k přírůstku návštěvnosti v porovnání s průměrem z minulých dvou let u 6 z dotazovaných ubytovacích zařízení z celkového počtu 8 (viz graf č.6).

K nárůstu klientely došlo i přes povodně, který vypukly v červnu v roce 2013 a měly na následek úbytek zájmu o služby. U jednotlivých subjektů byla ovšem zjištěna velmi rozdílná závislost v případě tohoto nepříznivého vývoje. Červen 2013, který byl nadprůměrně deštivý a množství srážek vyústilo v přívalové povodně, způsobil pokles klientely v různé míře (viz graf č. 9). Některé subjekty zaznamenaly výrazný úbytek zájmu o jejich služby, ostatní naopak pozorovaly malou nebo žádnou závislost na nepříznivých povětrnostních podmínkách.

Významný podíl v otázce vlivu těchto faktorů mají podmínky rezervace (zálohové platby) a rozsah doplňkových služeb (viz graf č. 10 a 11). Subjekty, které kombinují nebo využívají alespoň jedno z uvedených opatření, vykazovaly menší závislost na nepříznivém počasí během hlavní sezóny. Vše je přehledně shrnuto v tabulce č. 4.

5 ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ

5.1 Závěry

Práce se zaměřuje na problematiku vlivu klimatických faktorů, a to konkrétně na vliv počasí na využití ubytovacích služeb v okrese Litoměřice. Vývoj meteorologických prvků, jejich dopad a marketingová opatření jednotlivých podnikatelských subjektů byly předmětem tohoto pilotního výzkumu. Výzkumné otázky byly definovány v kapitole 2.1.

Výsledky poukazují na rozdílnou závislost ubytovacích zařízení a jejich obsazenosti na klimatickém vývoji během zkoumané sezóny. Kontrast mezi jednotlivými subjekty je zapříčiněn rozdílnou mírou využívání marketingových opatření. Marketingovým opatřením je v tomto případě míněn způsob garance pobytu (systém záloh) a nabídka doplňkových služeb. Ty subjekty, které nabízí návštěvníkům alternativní možnosti sportovně-rekreačního, kulturního a jiného vyžití, služby wellness nebo kongresového cestovního ruchu nebo vyžadují po svých klientech uhrazení finanční částky předem, pocítují dopad nepříznivého průběhu sezóny v menší míře než ta ubytovací zařízení, která tato opatření neaplikují. Výsledky šetření jsou shrnuty v tabulce č. 4. Zmíněné nástroje staví subjekty do konkurenční výhody a v závislosti na míře jejich implementace více či méně eliminují dopad nepříznivého počasí.

V případě příznivého klimatického průběhu hlavní sezóny byla u většiny subjektů zaznamenána zvýšená obsazenost ve srovnání s průměry předchozích dvou let.

Klimatický průběh tedy má vliv na obsazenost ubytovacích zařízení, ovšem jeho dopad se v případě nepříznivého počasí vzhledem k odlišnosti marketingového přístupu jednotlivých subjektů projevuje v jiné míře. Negativní dopad meteorologických činitelů lze zmírnit implementací určitých marketingových opatření. Výzkumné otázky (viz kapitola 2.1 Definice výzkumných otázek) byly na základně autorčina kvalitativního výzkumu zodpovězeny.

5.2 Doporučení

Jedním z účinných marketingových opatření je zavedení systému zálohových plateb, kdy je zákazník k pobytu vázán předem uhrazenou finanční částkou. Toto opatření je podle vyjádření provozovatelky Chaty Lucie paní Hejzlarové (2014) finančně nenáročné a proto v něm vidí zásadní výhodu. Stejnou myšlenku pak vyslovila i paní Sassmannová (2014), majitelka Statku Pod kalvárií. Na druhou stranu uvedla, že tento systém zavedla teprve nedávno a s jeho realizací dlouho váhala, a to důvodu možných negativních ohlasů zákazníků. Obávala se, že tento zásadní krok poškodí image firmy.

Další možností, která se ukázala jako úspěšné řešení, je rozmanitá nabídka doplňkových služeb. Anonym č. 3 (2014), majitel rekreačního střediska Pod Lipou ovšem uvádí, že doplňkové služby vyžadují určitou materiálně-technickou základnu a finanční prostředky, které si ne každý může dovolit.

Jak se ukázalo, ideálním řešením v eliminaci nekontrolovatelných vlivů počasí je kombinace obou těchto nástrojů, kdy byla díky existenci systému záloh a doplňkových služeb zajištěna minimální nebo téměř nulová závislost na nepříznivé předpovědi počasí nebo povětrnostní situaci (viz tabulka č. 4).

V neposlední řadě stojí za zmínku také aktivity jednotlivých ubytovacích zařízení spojené s propagací atraktivit a událostí v okrese, které někteří respondenti považují za vhodnou kompenzaci v případě nepříznivého počasí. (viz str. 45)

Pokud se jedná o eliminaci nekontrolovatelných vlivů klimatického rázu, mohou být tato zjištění vhodným doporučením a východiskem k dalším marketingovým vylepšením. Je ovšem na zvážení každého subjektu, jaké jsou jeho možnosti a jakého podnikatelského cíle se snaží primárně dosáhnout.

6 Seznam použitých zdrojů

6.1 Tištěné zdroje

- [1] FARSKÝ, Ivan. *Obecná fyzická geografie (Meteorologie pro studenty PF I.)*. Ústí nad Labem: UJEP, 2012, 93s. ISBN 80-7044-452-5.
- [2] FARSKÝ, Ivan a Tomáš MATĚJČEK. *Vybrané kapitoly z fyzické geografie*. 1. vyd., Ústí nad Labem: UJEP, 2008, 119s. ISBN 978-80-7044-996-7.
- [3] GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000, 207s. ISBN 80-85931-79-6.
- [4] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 2. vyd., Praha: Grada, 2012, 320s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [5] KOTLER, Philip a kol. *Moderní marketing*. 4. evropské vyd., Praha: Grada, 2007, 1048s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [6] KRÁLOVÁ, Helena. *Vodohospodářská meteorologie a klimatologie*. Brno: Cerm, 2002, 152s. ISBN 80-214-2338-2.
- [7] KŘÍŽEK Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management*. 1. vyd., Praha: Grada, 2014, 224s. ISBN 978-80-247-4835-1.
- [8] MIOVSKÝ, Michal. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. 1. vyd., Praha: Grada, 2006, 332s. ISBN 80-247-1362.
- [9] MUNZAR, Jan a kol. *Malý průvodce meteorologií*. 1. vyd., Praha: Mladá fronta, 1989, 248s.
- [10] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Fidea servis, 2010, 405s. ISBN 978-80-85970-68-5.

- [11] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd., Praha: Idea servis, 1999, 238s. ISBN 80-85970-27-9.
- [12] SEIFERT, Vladimír. *Počasi kolem nás*. Praha: Grada, 1994, 142s. ISBN 80-7169-053-8.
- [13] SONNKOVÁ, Pavlína. *Oblasti cestovního ruchu České republiky*. 1. vyd., Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2012. 102s. ISBN 978-80-7248-716-5.
- [14] TOUŠEK, V. a kol. *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2008. 411s. ISBN 978-80-7380-114-4.
- [15] TROUSIL, Michal a Veronika JAŠÍKOVÁ. *Úvod do tvorby odborných prací*. 1. vyd., Hradec Králové: Gaudeamus, 2014, 154s. ISBN 978-80-7435-380-2.
- [16] VACULÍK, Josef. *Základy marketingu*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2003. 273s. ISBN 80-7194-700-8.
- [17] VYSOUDIL, Miroslav. *Meteorologie a klimatologie pro geografy*. Olomouc: Univerzita Palackého, 1997, 232s. ISBN 80-7067-773-2.
- [18] VYSTOUPIL, Jiří a kol. *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 132s. ISBN 80-210-4167-6.
- [19] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768s. ISBN 978-80-7201-880-2.

6.2 Internetové zdroje

- [1] AOPK ČR. Charakteristika oblasti. *Správa CHKO České středohoří* [online]. 2015 [cit. 2014-07-10]. Dostupné z WWW: <<http://ceskestredohori.ochranaprirody.cz/charakteristika-oblasti/>>

- [2] ATUR ČR. Litoměřice jsou prý Malá Praha. *Asociace turistických regionů České republiky* [online]. 02.05.2006 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z WWW: <<http://venkov.oblasti.cz/public/kapitola.phtml?kapitola=123772>>
- [3] ČESKÉ STŘEDOHOŘÍ. Představení Destinační agentury České středohoří, o.p.s. *České středohoří* [online]. 2015 [cit. 2015-10-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskestredohori.info/destinacni-agentura>>
- [4] ČHMÚ. Co je to povodeň? *Český hydrometeorologický ústav: Hlásná a předpovědní povodňová služba* [online]. 2015a [cit. 2014-06-08]. Dostupné z WWW: <http://portal.chmi.cz/files/portal/docs/poboc/CB/pruvodce/verejnost_povode_n_definice.html>
- [5] ČHMÚ. Detail stanice Ústí nad Labem. *Český hydrometeorologický ústav: Hlásná a předpovědní povodňová služba* [online]. 2013a [cit. 2014-07-14]. Dostupné z WWW: <http://hydro.chmi.cz/hpps/popup_hpps_prfdyn.php?seq=307228>
- [6] ČHMÚ. Měsíční data. *Český hydrometeorologický ústav* [online] 2012 [cit. 2015-05-24]. Dostupné z WWW: <http://portal.chmi.cz/historicka-data/pocasi/mesicni-data#PP_Mesicni_data>
- [7] ČHMÚ. Měsíční data. *Český hydrometeorologický ústav* [online] 2013b [cit. 2015-05-24]. Dostupné z WWW: <http://portal.chmi.cz/historicka-data/pocasi/mesicni-data#PP_Mesicni_data>
- [8] ČHMÚ. Meteorologická terminologie. *Český hydrometeorologický ústav* [online] 2015b [cit. 2015-09-15]. Dostupné z WWW: <<http://portal.chmi.cz/informace-pro-vas/meteorologicka-terminologie>>,
- [9] ČHMÚ. Oblasti s potenciálně významným povodňovým rizikem. *Český hydrometeorologický ústav: Centrální datový sklad* [online] 2013c [cit. 2014-01-27]. Dostupné z WWW: <<http://cds.chmi.cz/?lang=cs&presenter=CDSMap>>

- [10] ČHMÚ. Všeobecné charakteristika - vítr. *Český hydrometeorologický ústav: Systém integrované výstražné služby a Informační zprávy hlásné a předpovědní povodňové služby* [online] 2015c [cit. 2015-09-25]. Dostupné z WWW: <<http://portal.chmi.cz/files/portal/docs/meteo/om/sivs/vitr.html>>
- [11] ČHMÚ. Vyhodnocení povodní v červnu 2013. [online]. 2013d [cit. 2015-07-12]. Dostupné z WWW: <<http://voda.chmi.cz/pov13/pov2013.pdf>>
- [12] ČSÚ. Administrativní rozdělení okresu Litoměřice. *Český statistický úřad* [online] 2008 [cit. 2014-08-04]. Dostupné z WWW: <https://www.czso.cz/csu/xu/okres_litomerice>
- [13] ČSÚ. Hromadná ubytovací zařízení České republiky. *Český statistický úřad* [online]. 4.11.2015 [cit. 2015-11-05]. Dostupné z WWW: <<https://vdb.czso.cz/huz/okres.jsp?k=CZ0423>>
- [14] ČSÚ. Charakteristika okresu Litoměřice. *Český statistický úřad: Krajská správa ČSÚ v Ústí nad Labem* [online]. 05.06.2012 [cit. 2015-06-06]. Dostupné z WWW: <https://www.czso.cz/csu/xu/charakteristika_okresu_litomerice>
- [15] ČSÚ. Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních. *Český statistický úřad* [online databáze]. 2014 [cit 2014-10-01]. Dostupné z WWW: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&verze=-1&nahled=N&sp=N&skupId=1330&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_null_null_&katalog=30838&pvo=CRU03a&zo=N&pvo=CRU03a&str=v288&u=v288_VUZEMI_101_40479>
- [16] ČSÚ. Územní členění v roce 2005. *Český statistický úřad* [online]. 2005 [cit. 2015-11-05]. Dostupné z WWW: <https://www.czso.cz/csu/xu/mapy_uzemniho_cleneni_ceske_republiky>

- [17] KRATOCHVÍL, Petr. Chápání "sezóny" v Česku. In: *Mimosezónu.cz* [online] 14.10.2014 [cit. 2015-08-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.mimosezonu.cz/001.html>>
- [18] LEGIERSKÁ, Yvona. Statistika v cestovním ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007 [cit. 2015-09-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/getmedia/d99c234e-7624-4a22-9638-7688dd1040e8/Statistika-v-cestovnim-ruchu.pdf>>
- [19] MĚSTO ÚŠTĚK. Kulturní kalendář 2015. *Město Ústěk* [online] 6.4.2015 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z WWW: <http://www.mesto-ustek.cz/vismo/zobraz_dok.asp?id_org=17553&id_ktg=4552&n=kulturni-kalendar&p1=1125>
- [20] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Statistické šetření ubytovacích zařízení cestovního ruchu, cestovních kanceláří a cestovních agentur na území ČR: Plošné šetření ubytovacích zařízení. [online] 2012 [cit. 2015-10-10]. Dostupné z WWW: <http://www.mmr.cz/getmedia/886ae6cd-3fc6-40bc-8b31-22cf871862ec/01-Prezentace_UZ_1-faze.pdf>
- [21] MŠENÉ-LÁZNĚ. Charakteristika obce. *Mšené-lázně* [online]. 21.6.2006 [cit. 2014-10-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.msene-lazne.cz/>>
- [22] NASA. What's the Difference Between Weather and Climate? *National Aeronautics and Space Administration* [online]. 2005 [cit. 2015-10-10]. Dostupné z WWW: <http://www.nasa.gov/mission_pages/noaa-n/climate/climate_weather.html>
- [23] PAMÁTNÍK TEREZÍN. Základní informace. *Památník Terezín* [online] 17.9.2012 [cit. 2014-01-23]. Dostupné z WWW: <<http://www.pamatnik-terezin.cz/>>
- [24] PODZEMNÍ TOVÁRNA RICHARD. Krematorium Litoměřice. *Podzemní továrna Richard* [online]. 2011 [cit. 2015-10-10]. Dostupné z WWW: <<http://richard-1.com/krematorium-litomerice/krematorium.html>>

- [25] STUDNIČKA, Pavel a Petr ATTL. Marketingová studie Litoměřicko se zaměřením na cestovní ruch. [online]. Praha, 2009 [cit. 2015-07-10]. Dostupné z WWW: <https://www.litomerice.cz/images/strategicke-dokumenty/Marketingova_studie_Litomericko_finalni_verze.pdf>
- [26] TOURISM. Městská památková rezervace Litoměřice. *Tourism* [online] 26.4.2005 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=76629>>
- [27] UNWTO. Climate Change and Tourism - Responding to Global Challenges. [online]. Madrid, 2008 [cit. 2014-10-10]. Dostupné z WWW: <<http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/climate2008.pdf>>
- [28] ÚÚR. Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice [online]. 2010 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.uur.cz/images/uzemnirozvoj/cestovnuruch/potencialCR/PotencialCR-text.pdf>>
- [29] ZDRAVÉ MĚSTO LITOMĚŘICE. Co se skrývá pod názvem Zdravé město? *Zdravé město Litoměřice* [online]. 2015 [cit. 2015-10-19]. Dostupné z WWW: <<http://zdravemesto.litomerice.cz/zakladni-info/zdrave-mesto.html>>
- [30] ŽÍT ÚSTÍ. V kraji padaly teplotní rekordy. Žít Ústí [online]. 2014 [cit. 2015-04-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.zitusti.cz/v-kraji-padaly-teplotni-rekordy/>>

6.3 Ostatní zdroje

- [1] ANONYM 1, majitel rekreačního střediska Opárno [ústní sdělení - telefonní hovor], 28.3.2014, Litoměřice.
- [2] ANONYM 2, provozovatel kempu Úštěk u jezera Chmelař [ústní sdělení], 15.6.2014, Úštěk.

- [3] ANONYM 3, majitel rekreačního střediska Pod Lipou [ústní sdělení - telefonní hovor], 31.3.2014, Litoměřice
- [4] DANKO, M., ředitel hotelu Apollón Litoměřice [ústní sdělení], 14.3.2014, Litoměřice.
- [5] HEJZLAROVÁ, L., provozovatelka chaty Lucie Mnetěš [ústní sdělení - telefonní hovor], 24.3.2014, Litoměřice.
- [6] SASSMANNOVÁ, H., majitelka Statku Pod kalvárií [ústní sdělení - telefonní hovor], 14.4.2014, Litoměřice.
- [7] JAKUBÍKOVÁ, M., manažerka hotelu Lev Lovosice [ústní sdělení], 11.4.2014, Lovosice.
- [8] VOŠTOVÁ, D., majitelka farmy Zababeč [ústní sdělení - telefonní hovor], 15.6.2014, Ústěk.

7 Seznam použitých zkratk

AOPK ČR	Agentura ochrany přírody České republiky
ATUR ČR	Asociace turistických regionů České republiky
ČHMÚ	Český hydrometeorologický ústav
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DM	destinační management
EU	Evropská unie <i>European Union</i>
HUZ	hromadné ubytovací zařízení
IUZ	individuální ubytovací zařízení
CHKO	chráněná krajinná oblast
NASA	Národní úřad pro letectví a kosmonautiku <i>National Aeronautics and Space Administration</i>
UNESCO	Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu <i>United Nations Organisation for Education, Science, Culture and Communications</i>
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu <i>United Nations World Tourism Organization</i>
ÚÚR	Ústav územního rozvoje
WHO	Světová zdravotnická organizace <i>World Health Organization</i>

8 Seznam obrázků, tabulek a grafů

8.1 Obrázky

Obrázek 1: Vnější a vnitřní prostředí firmy.....	12
Obrázek 2: Územní členění České republiky.....	23
Obrázek 3: Administrativní rozdělení okresu Litoměřice.....	24
Obrázek 4: Celkový potenciál CR v okrese Litoměřice.....	27
Obrázek 5: Rozmístění dotazovaných ubytovacích zařízení v okrese Litoměřice.....	32
Obrázek 6: Oblasti Ústeckého kraje s potenciálně významným povodňovým rizikem	36

8.2 Grafy

Graf 1: Průběh dešťových povodní.....	18
Graf 2: Průběh přívalových povodní.....	18
Graf 3: Modelový příklad sezónnosti.....	20
Graf 4: Průběh sezónnosti v ČR.....	22
Graf 5: Vývoj teploty vzduchu za rok 2013.....	34
Graf 6: Odhadovaný přírůstek/úbytek návštěvníků v závislosti na klimatickém průběhu sezóny 2013 v porovnání s průměrem návštěvnosti předchozích dvou let..	35
Graf 7: Vodní stav během 1.vlny povodní v červnu 2013.....	37

Graf 8: Porovnání srážkových úhrnů v okrese Litoměřice za vybrané měsíce v roce 2012 a 2013	38
Graf 9: Úbytek návštěvníků v červnu 2013 oproti červnu 2012	38
Graf 10: Úbytek klientely vlivem nepříznivého průběhu klimatu v závislosti na míře využívání systému záloh subjektem CR.....	39
Graf 11: Pokles návštěvnosti vlivem nepříznivého průběhu klimatu v závislosti na rozsahu nabídky doplňkových služeb subjektu CR.....	40

8.3 Tabulky

Tabulka 1: Intenzita srážek.....	17
Tabulka 2: Motivace turistů k návštěvě okresu Litoměřice	25
Tabulka 3: Seznam respondentů.....	32
Tabulka 4: Závislost míry rušení rezervací na vybraných ukazatelích	41

9 Přílohy

Tisk zadání závěrečných prací

https://isit.uhk.cz/isit/praceZadani_t1.asp



FIM UHK

UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ

Fakulta informatiky a managementu

Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové, tel: 493 331 111, fax: 493 332 235

Zadání k závěrečné práci

Jméno a příjmení studenta:

Martina Kovářová

Obor studia:

Management cestovního ruchu

Jméno a příjmení vedoucího práce:

Jiří Petera

Název práce:

Vliv fyzicko-geografických faktorů na realizaci vybraných turistických produktů

Název práce v AJ:

The Influence of Physiographic Circumstances on the Implementation of Selected Tourism Products

Podtitul práce:

Ovlivnění vybraných služeb na Litoměřicku

Podtitul práce v AJ:

The Impact on Selected Tourism Services in Litoměřice Region

Cíl práce: Analýza využití služeb v závislosti na klimatických podmínkách zvolené oblasti

Osnova práce:

- 1) Úvod
- 2) Cíl a metodika práce
- 3) Literární rešerše
- 4) Teoretická část
 - a. Teoretická východiska
 - b. Geografické souvislosti dané oblasti
- 5) Praktická část
 - a. Sběr informací a průběh šetření
 - b. Zpracování a interpretace výsledků šetření
- 6) Shrnutí a diskuse výsledků
- 7) Závěry a doporučení
- 8) Seznam použité literatury
- 9) Přílohy

Projednáno dne: *15. 10. 2013*

Podpis studenta

Martina Kovářová

Podpis vedoucího práce

Jiří Petera