

14. mezinárodní konference // 14th International Conference

Aktuální problémy cestovního ruchu

Topical Issues Of Tourism

CESTOVNÍ RUCH – PŘÍLEŽITOST PRO VENKOV

RURAL TOURISM – POSSIBILITY FOR A DESTINATION



**Vysocina**
Tourism



Aktuální problémy cestovního ruchu

„CESTOVNÍ RUCH – PŘÍLEŽITOST PRO VENKOV“

Recenzovaný sborník z mezinárodní konference

Jihlava 27. – 28. února 2019





Topical Issues of Tourism

„RURAL TOURISM – POSSIBILITY FOR A DESTINATION“

Peer-reviewed Conference Proceedings
of the International Conference

City of Jihlava (Czech Republic), February 27th and 28th 2019



Partneři / Partners

Záštita / Auspices



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Kraj Vysočina



Mediální partner / Media partner



PROPAMÁTKY
PORTÁL - ČASOPIS

Odborní partneři / Partners



CzechTourism



Sponzor



<http://kcr.vspj.cz>

Vysoká škola polytechnická Jihlava
Katedra cestovního ruchu
Tolstého 16
586 01 Jihlava

College of Polytechnics Jihlava
Department of Travel and Tourism
Tolstého 16
586 01 Jihlava



<http://www.vysocinatourism.cz>

Vysočina Tourism
příspěvková organizace
Na Stoupách 3
586 01 Jihlava

Vysočina Tourism
contributory organization
Na Stoupách 3
586 01 Jihlava

Elektronické vydání / Digital edition

Elektronické vydání / Digital edition

Editor / Editor: Ing. Ivica Linderová, PhD.

Redakce / Editorial office: Ing. Bc. Martina Doležalová
Mgr. Jaroslava Mallinu, Ph.D.
Ing. Petr Scholz, DiS., Ph.D.

ISBN 978-80-88064-42-8 (online ; pdf)
ISBN 978-80-88064-43-5 (CD-ROM)

Vydala Vysoká škola polytechnická Jihlava, v Jihlavě v roce 2019
Tolstého 1556/16, 586 01 Jihlava
1. vyd.

Published by College of Polytechnics Jihlava, Jihlava (Czech Republic), 2019
Tolstého 1556/16, 586 01 Jihlava
1st edition

Technické zpracování a výroba:
Vysoká škola polytechnická Jihlava, Tolstého 1556/16, 586 01 Jihlava,
IČ: 71226401

Technical support:
College of Polytechnics Jihlava, Tolstého 1556/16, 586 01 Jihlava

Za věcnou a jazykovou správnost díla odpovídají autoři příspěvků.
For factual and linguistic correctness of contributions guarantee the authors.

© Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2019

OBSAH / CONTENTS

11

REVITALIZACE TURISTICKÉ INFRASTRUKTURY V CHKO KOKOŘÍNSKO

REVITALIZATION OF TOURISM INFRASTRUCTURE IN THE KOKOŘÍNSKO PROTECTED LANDSCAPE AREA

Pavel Attl

22

VZŤAH VZDELANOSTNEJ ÚROVNE K TRIÁDE PRODUKTU VIDIECKEHO TURIZMU

RELATIONSHIP OF EDUCATION LEVEL TO THE TRIAD OF RURAL TOURISM PRODUCT

Janka Beresecká, Monika Hudáková

33

AKTUÁLNY OBRAZ KARLOVARSKÉHO KRAJA VYTVORENÝ VYSOKOŠKOLSKÝMI ŠTUDENTMI – POTENCIÁLNYMI NÁVŠTEVNÍKMI ZO SLOVENSKA

CURRENT DESTINATION IMAGE OF KARLOVY VARY REGION CREATED BY UNIVERSITY STUDENTS – POTENCIAL VISITORS FROM SLOVAKIA

Rastislav Cákoci, Kristína Jamborová, Ladislav Tolmáči

43

CESTOVNÝ RUCH SLOVENSKEHO REGIÓNU KYSUCE S HODNOTENÍM VÝSKUMU E-MYSTERY GUEST

TOURISM IN KYSUCE REGION WITH EVALUATION OF E-MYSTERY GUEST

Rastislav Cákoci, Michal Chovan, Ladislav Tolmáči

52

ZVYŠOVANIE ATRAKTIVITY VIDIECKEJ KRAJINY PRE CESTOVNÝ RUCH NA PRÍKLADE ANALÝZY STANOVÍŠŤ NÁUČNÝCH CHODNÍKOV

INCREASING ATTRACTIVENESS OF THE RURAL LANDSCAPE FOR TOURISM BY ANALYZING THE MARKED STATIONS OF EDUCATIONAL TRAILS

Rastislav Čieľ, Branislav Nižnanský

62

TECHNOLOGIES DISRUPTING TOURISM INDUSTRY AND BUSINESS MODELS IN TOURISM VS. POSSIBILITIES OF THEIR IMPLEMENTATION IN RURAL AREAS

Marta Czyżewska

73

THE IMPORTANCE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION FOR THE CAREER DEVELOPMENT OF TOURISM STUDENTS

Agnieszka Faron, Wojciech Maciejewski

84

PONITRIANSKA CYKLOMAGISTRÁLA AKO SÚČASŤ POZNÁVANIA REGIÓNU

CYCLE ROUTE PONITRIANSKA CYKLOMAGISTRALA AS A PART OF GETTING TO KNOW THE REGION

Henrich Grežo, Denis Michalina, Lucia Szabová

94

ROZVOJ VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU V JIŽNÍCH ČECHÁCH

DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE SOUTH BOHEMIA

Iveta Hamarneh

104

SINGLTREK JAKO MOŽNOST ROZVOJE REGIONU

SINGLETRACK AS A POSSIBILITY OF REGIONAL DEVELOPMENT

Kristýna Kuštanová, Michaela Havlíková

OBSAH / CONTENTS

- 112** **PROFIL TURISTY VE VENKOVSKÉ DESTINACI: PŘÍKLAD Z DOLNÍHO POOHŘÍ**
TOURIST PROFILE IN RURAL DESTINATION: THE CASE FROM DOLNÍ POOHŘÍ
Petr Janeček, Jan Tluchoř
- 124** **NÁSTROJE PODPORY ZVYŠOVANIA KVALITY UBYTOVACÍCH SLUŽIEB NA VIDIEKU (NA PRÍKLADE ZNAČKY KVALITY – CERTIFIKOVANÉ UBYTOVANIE NA VIDIEKU)**
QUALITY ASSISTANCE FACILITIES TO SUPPORT RURAL ACCOMMODATION (ON THE EXAMPLE OF A QUALITY LABEL - CERTIFIED RURAL ACCOMMODATION)
Jana Jarábková
- 132** **METODIKA PRO HODNOCENÍ EKONOMICKÝCH PŘÍNOSŮ CYKLOTURISTIKY V ČESKÉ REPUBLICE**
METHOD FOR EVALUATING THE ECONOMIC BENEFITS OF CYCLE TOURISM
Liběna Jarolímková
- 139** **EVROPSKÁ KULTURNÍ STEZKA SV. CYRILA A METODĚJE: PŘÍLEŽITOST PRO ROZVOJ REGIONU?**
EUROPEAN CULTURAL ROUTE OF SAINTS CYRIL AND METHODIUS: OPPORTUNITY FOR THE DEVELOPMENT OF THE REGION?
Alice Kozumplíková, Dana Hübelová, Stanislava Pachrová, Martin Peterka
- 146** **VNÍMANIE TURISTICKEJ URBANIZÁCIE V OBCI VEĽKÁ LOMNICA**
PERCEPTION OF TOURIST URBANIZATION IN THE VEĽKÁ LOMNICA MUNICIPALITY
Dana Fialová, Alfred Krogmann, Magdaléna Nemčíková, Daša Oremusová, Lucia Šolcová
- 156** **HISTORICKÉ PAMÁTKY VE VENKOVSKÝCH OBLASTECH – VÝZVY PRO DALŠÍ ROZVOJ DESTINACE**
HISTORICAL MONUMENTS IN THE RURAL AREAS – CHALLENGES FOR FURTHER DESTINATION DEVELOPMENT
Helena Kubíčková, Markéta Novotná
- 166** **PRŠÍ. JEDEME DOMŮ?!**
IT IS RAINING. LET 'S GO HOME?!
Jakub Kura
- 175** **FACTORS OF CHOOSING THE TOURISM AND RECREATION FIELD OF STUDY IN THE CONTEXT OF THE TOURISM SECTOR DEVELOPMENT**
Wojciech Maciejewski, Agnieszka Faron
- 186** **LESNÍ PEDAGOGIKA A ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V PROSTŘEDÍ VENKOVA**
FOREST PEDAGOGY AND TOURISM DEVELOPMENT AT COUNTRYSIDE
Karolina Macháčková
- 193** **JEZDECKÁ TURISTIKA V OKOLÍ ŽĎÁRU NAD SÁZAVOU – CHARAKTERISTIKA JEZDECKÝCH STÁJÍ**
HIPOTOURISM IN ŽĎÁR NAD SÁZAVOU AREA – CHARACTERIZATION OF RIDING STABLES
Vladimír Mikule, Libor Sládek, Michaela Maděrová

OBSAH / CONTENTS

- 201** **AKTUÁLNÍ TRENDY V RÁMCI VENKOVSKÉ TURISTIKY A AGROTURISTIKY**
CURRENT TRENDS IN RURAL TOURISM AND AGRO TOURISM
Michal Motyčka
- 210** **SÚČASNOSŤ A BLÍZKA BUDÚCNOSŤ TURIZMU V SLOVENSKEJ REPUBLIKE**
PRESENT AND CLOSE FUTURE OF TOURISM IN THE SLOVAK REPUBLIC
Jana Neméthová, Janka Beresecká, Monika Hudáková
- 220** **MANAŽMENT A MARKETING CESTOVNÉHO RUCHU V MIKROREGIÓNE TERMÁL**
MANAGEMENT AND MARKETING OF TOURISM IN THE TERMÁL MICROREGION
Daša Oremusová, Hilda Kramáreková, Alena Dubcová
- 231** **DOMY PŘÍRODY JAKO SPECIFICKÁ CENTRA PRO NÁVŠTĚVNÍKY ZVLÁŠTĚ
CHRÁNĚNÝCH ÚZEMÍ ČESKÉ REPUBLIKY: VÝZKUM POSTOJŮ NÁVŠTĚVNÍKŮ CHKO
MORAVSKÝ KRAS**
NATURE HOUSES AS SPECIFIC CENTERS FOR VISITORS IN PROTECTED AREAS
OF THE CZECH REPUBLIC: RESEARCH OF VISITORS ATTITUDES IN THE MORAVIAN KARST
PROTECTED LANDSCAPE AREA
Stanislava Pachrová, Petr Chalupa, Eva Janoušková, Alice Šedivá Neckářová, Leoš Štefka
- 240** **HISTÓRIA BANÍCTVA A ŽELEZIARSKÉJ VÝROBY VO VIHORLATSKÝCH VRCHOCH –
PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA NÁUČNÉHO CHODNÍKA V ZEMPLÍNSKÝCH HÁMROCH**
THE HISTORY OF MINING AND IRON PRODUCTION IN VIHORLAT MOUNTAINS
- A CASE STUDY OF THE EDUCATIONAL TRAIL IN ZEMPLÍNSKE HÁMRE
Tomáš Pasternák, Matúš Maxin, Juliana Krokusová, Ján Kozoň
- 249** **MENŠINOVÉ PAMÁTKY A PROBLÉMY JEJICH VYUŽÍVÁNÍ PRO CESTOVNÍ RUCH**
MINORITY MONUMENTS AND PROBLEMS OF THEIR USE FOR TOURISM
René Petráš, Kristýna Šultová
- 259** **PODIEL VIDIEKA NA STRATÉGIÍ ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU NITRIANSKEHO
SAMOSPRÁVNEHO KRAJA V SR**
RURAL SHARE OF THE TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY OF THE NITRA REGION
IN SLOVAKIA
Pavol Plesník
- 266** **DOBROVOĽNÍCKY CESTOVNÝ RUCH AKO TRVALO UDRŽATEĽNÁ FORMA CESTOVANIA –
PRIESKUM SÚČASNEJ PONUKY NA SLOVENSKU**
VOLUNTARY TOURISM AS A SUSTAINABLE FORM OF TRAVEL - A SURVEY OF THE CURRENT
OFFER IN SLOVAKIA
Kristína Pompurová
- 275** **BIKING TOURISM IN SLOVENIA: THE CASE OF MELANIA TRUMP'S SEVNICA**
Jasna Potočník Topler

OBSAH / CONTENTS

- 283** **INTERPRETÁCIA ZMIEN KRAJINY OBCE ŽDIAR SO ZAMERANÍM NA CESTOVNÝ RUCH**
INTERPRETATION OF LANDSCAPE CHANGES IN ŽDIAR MUNICIPALITY WITH A FOCUS ON TOURISM
Zuzana Pucherová, Regína Mišovičová, Gabriel Bugár, Henrich Grežo
- 292** **THE SANDOMIERZ APPLE TRAIL AS AN INITIATIVE TO STIMULATE ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION AT THE LOCAL LEVEL**
Krzysztof Sala
- 306** **INDICATORS OF TOURIST AND RECREATIONAL DEVELOPMENT OF SUBURBAN AREAS IN POLAND. A CASE STUDY OF LOWER SILESIA AGGLOMERATIONS**
Zygmunt Sawicki, Kazimierz Klementowski, Mariusz Sołtysik, Piotr Oleśniewicz
- 315** **SPOKOJNOSŤ NÁVŠTEVNÍKOV S PRODUKTOM CESTOVNÉHO RUCHU OBCE TERCHOVÁ**
VISITORS' SATISFACTION WITH THE TOURISM PRODUCT OF THE VILLAGE TERCHOVÁ
Lubica Šebová, Radka Marčeková, Ján Šebo, Veronika Beličková
- 323** **TOURISM AS A FACTOR OF URBAN DEVELOPMENT ON THE EXAMPLE OF OBERSTDORF**
Beata Sikorska-Krzyzosiak, Urszula Opacka-Nogaj
- 333** **ÚVOD DO PROBLEMATIKY VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU V KONTEXTU REALITY VENKOVSKÉHO A MĚSTSKÉHO PROSTORU**
INTRODUCTION TO THE ISSUE OF RURAL TOURISM IN THE CONTEXT OF THE REALITY OF RURAL AND URBAN SPACE
Jiří Šíp
- 341** **EKONOMICKÉ PŘÍNOSY NÁVŠTĚVNOSTI REGIONU JESENÍKY PO ROCE 2012**
ECONOMIC BENEFITS OF VISITORS IN THE REGION JESENÍKY AFTER YEAR 2012
Michal Blaško, Pavlína Sonnková
- 351** **PŘÍNOSY A RIZIKA CESTOVNÍHO RUCHU V CHRÁNĚNÉM ÚZEMÍ NA PŘÍKLADU MORAVSKÉHO KRASU**
POSITIVE AND NEGATIVE IMPACTS OF TOURISM IN THE MORAVIAN KARST PROTECTED LANDSCAPE AREA
Leoš Štefka, Ivo Pavlík
- 362** **POLITIKA ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V PŘÍHRANIČNÍM VENKOVSKÉM REGIONU LIPENSKO**
TOURISM DEVELOPMENT POLICY IN THE BORDER RURAL LIPNO REGION
Petr Studnička
- 369** **ACTIONS TO LIMIT SO-CALLED "LOW EMISSION" IN HEALTH RESORTS OF MAŁOPOLSKA**
Paulina Szyja

OBSAH / CONTENTS

381

**HODNOTENIE POTENCIÁLU OBCÍ V ZÁZEMÍ MESTA PIEŠŤANY PRE ROZVOJ
CESTOVNÉHO RUCHU NA ZÁKLADE PRIESKUMU NÁZOROV ICH OBYVATEĽOV**

ASSESSING THE POTENTIAL OF MUNICIPALITIES IN THE HINTERLAND OF PIEŠŤANY TOWN FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE BASIS OF A SURVEY OF THEIR INHABITANTS' OPINIONS

Miroslava Trembošová, Alena Dubcová, Peter Tremboš

392

VYUŽITÍ OPUŠTĚNÝCH VENKOVSKÝCH PRODEJEN PRO KULTURNÍ CESTOVNÍ RUCH

USE OF ABANDONED RURAL SHOPS FOR CULTURAL TOURISM

Michal Trousil

400

**HMOTNÉ A NEHMOTNÉ KULTURNÍ DĚDICTVÍ ČESKÉHO, MORAVSKÉHO A SLEZSKÉHO
VENKOVA A CESTOVNÍ RUCH**

TANGIBLE AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE OF CZECH, MORAVIAN AND SILESIAN COUNTRYSIDE

Jiří Vaníček

410

BOLÍVIJSKÝ VIDIEK AKO MOŽNÁ VALORITA CESTOVNÉHO RUCHU

BOLIVIAN COUNTRYSIDE AS A POSSIBLE VALUE OF TOURISM

Ján Veselovský, Petr Chalupa

421

**POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU VYBRANÝCH LOKALIT SE STŘEDOVĚKÝMI RUINAMI
V KRAJI VYSOČINA**

POTENTIAL OF TOURISM OF SELECTED LOCALITIES WITH MEDIEVAL RUINS IN THE VYSOČINA REGION

Hana Vojáčková, Petr Chalupa, Jaromír Rux

431

KOMPLEXNÁ ANALÝZA DOSTUPNOSTI JASKÝŇ V CESTOVNOM RUCHU SLOVENSKA

COMPLEX ANALYSIS OF THE AVAILABILITY OF CAVES IN THE SLOVAK TOURISM

Gréta Vrbičanová, Matej Močko, Iveta Chomová, Imrich Jakab

PROFIL TURISTY VE VENKOVSKÉ DESTINACI: PŘÍKLAD Z DOLNÍHO POOHŘÍ

TOURIST PROFILE IN RURAL DESTINATION: THE CASE FROM DOLNÍ POOHŘÍ

Petr Janeček
Jan Tlučkoř

Abstrakt:

Většinu území České republiky můžeme označit za venkovský prostor, který se vyznačuje jinými charakteristikami a rozvojem cestovního ruchu než je tomu v prostoru urbanistických center, mořských letovisek, nebo vysokohorských středisek. Velmi odlišná specifika si nesou ty oblasti venkova, které se nacházejí v příhraničních oblastech, které se kvůli své minulosti vyvíjí odlišným způsobem než ostatní regiony. Současné pojetí marketingu se zaměřuje na zákazníka a jeho potřeby, proto je nutné, aby se i tyto regiony zajímaly o své návštěvníky a dokázaly reagovat na změny v jejich chování a preferencích. Příspěvek popisuje motivaci k vycestování do převážně venkovské oblasti destinace Dolní Poohří. Dále se zaměřuje na analýzu aktivit a spokojenosti návštěvníků destinace. Příspěvek je součástí průzkumu profilu návštěvníka destinace Dolní Poohří, kterého se pomocí dotazníkového šetření účastnilo 395 respondentů. Výzkum poukázal na to, že i když lze destinaci považovat za přírodně orientovanou, tak je kultura a kulturní atraktivita hlavním motivem k návštěvě. Z výsledků vyplývá, že důležitá je v destinaci interpretace kultury, kterou může doplnit další aktivita či atraktivita zaměřená například na přírodu, sport či adrenalin.

Klíčová slova: Destinační marketing. Marketingový výzkum. Profil návštěvníka. Spokojenost. Venkovský turismus.

Abstract:

We can refer to the most parts of the Czech Republic as rural area, which is determined by other characteristics and tourism development than it is the case in urbanised centres, seaside resorts or mountain resorts. Very different are rural areas close to country's border, since those are developing differently to other regions due to their past. Contemporary marketing approach is focused at the customer and its needs. Therefore, it is necessary that those regions pay attention to their visitors and react to the changes in their behavior and preferences. The paper describes the motivation for visiting mostly rural area of Dolní Poohří. Farther, it is directed to the analysis of activities and satisfaction of destination's visitors. This contribution is part of the survey of visitors' profile in the destination Dolní Poohří. At the survey, 395 respondents participated. The research showed that even if we consider a destination as nature oriented, culture and cultural attraction could still be the main motivation for visiting it. It follows from the results that in the destination the interpretation of culture is important. This can be completed by other activity or attraction focusing for example on nature, sports or adventure.

Keywords: Destination marketing. Marketing research. Rural tourism. Satisfaction. Visitors profile.

Turismus ve venkovských prostorech nabývá rozličných charakteristik, tak jak jsou i venkovské prostory nejen v České republice různorodé. Cílem tohoto příspěvku je na příkladu destinace Dolní Poohří představit vybrané charakteristiky návštěvníků se zaměřením na jejich motivaci, aktivity a spokojenost.

PŘEHLED LITERATURY

Venkov a venkovský turismus

V současné době v podstatě neexistuje jednoznačná definice venkova, a tedy ani jasná hranice mezi venkovem a městem. Někteří autoři využívají pozitivní definice venkova, někteří zase negativní (vše, co není město je venkov). Jedinou všeobecně využívanější definicí venkova (venkovského prostoru) je vymezení OECD (2011). Tato definice je založena na podílu obyvatelstva, které žije v území s hustotou zalidnění menší než 150 obyvatel/km². OECD rozlišuje dvě úrovně – lokální a regionální. Na regionální úrovni jsou pak vymezeny regiony převážně venkovské, významně venkovské a výrazně městské. Tuto definici využívá jak Český statistický úřad (2008), tak i Eurostat a slouží tedy i k mezinárodnímu srovnávání. Na druhou stranu však tato definice nebere v potaz jiné kvantitativní a žádné kvalitativní ukazatele, pomocí kterých lze vymezovat venkovské, případně městské oblasti. Různí autoři berou v potaz například architektonický ráz obce, sociální vazby mezi obyvateli (Blažek 1996 in Perlín 1998), občanskou vybavenost obce, dopravní dostupnost či vzdálenost od center, počet obyvatel obce. V České republice například stanoví zákon 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů, že městem je obec, která má alespoň 3 000 obyvatel (AION CS, 2010-2019). Městy však mohou být i obce, které byly městy v minulosti – před 17. 5. 1954. Tento zákon také definuje pojem městys, který je kategorií na pomezí venkovského a městského prostoru) a další kritéria. Složitost chápání venkova zapříčiňuje i překrývání pojmu „venkovský“ region (prostor, území) s pojmy, jako jsou „periferní“ (okrajový, obvodový), „marginální“ (okrajový, mezní) nebo „rurální“ (venkovský, zemědělský, rolnický) region“ (Český statistický úřad, 2008). V české literatuře zaměřené na regionalismus se venkovem zabývali Perlín (Perlín, Kučerová & Kučera, 2010) nebo Slepíčka (1989).

Jedním z možných využití venkovského prostoru je realizace aktivit cestovního ruchu. Je vhodné vnímat odlišné charakteristiky venkovského prostoru – např. zemědělské regiony vs. horské regiony – a tím i jejich predispozici k různým typům cestovního ruchu. Šimková (2013) vnímá venkovský turismus jako jednu z možných rozvojových aktivit venkovských lokalit, které mohou vyřešit i socio-ekonomickou situaci v oblasti zemědělství. Šíp a Vystoupil (2005) rozebírají metodické přístupy k problematice analýzy venkovského cestovního ruchu a názorně rozdělují možné přírodní a společenské atraktivitu venkovských území z hlediska cestovního ruchu. O potenciál venkova pro realizaci aktivit cestovního ruchu se zajímal například i Hájek (2002a, 2002b). Stříbrná (2005) vnímá cestovní ruch na venkově jako venkovskou turistiku, která může mít mnoho podob. Zahrnuje dovolenou s ubytováním na farmách (agroturismus), obsahuje i dovolenou v přírodě, ekoturismus, dovolenou s pěší turistickou, horolezectví, jezdeckví na koni, dobrodružství, sportovní a zdravotní turistiku, myslivost, rybaření, cesty za poznáním, cesty za uměním a dědictvím minulosti a v některých oblastech i etnický turismus. Venkovský turismus je formou cestovního ruchu, která bezprostředně souvisí s přírodou, se střídáním ročních období, s biologickými a vegetačními cykly v přírodě, s krajinou a venkovským prostředím (Janota, 1999).

Turisté ve venkovském cestovním ruchu

Poptávka po venkovském cestovním ruchu je často považována za neměnnou. Velmi často se stává, že ji charakterizujeme jako finančně nenáročnou dovolenou vhodnou pro rodiny s dětmi. Za častý motiv je považována snaha být součástí nedotčené přírody, tichého prostředí. Těchto výhod cestovního ruchu na venkově bývá často čerpáno v malých, unikátních a přátelských ubytovacích jednotkách. (Kulcsar, 2015) Potřeby návštěvníků se ovšem neustále mění a v produktových portfoliích cestovního ruchu je vidět, že se jim produkty přizpůsobují. Nicméně v oblasti některých druhů cestovního ruchu je stále využívána klasická typologie bez větších změn. Nový pohled na potřeby návštěvníků může dopomoci k jejich spokojenosti a následné loajalitě. Akin, Shaw a Spartz (2015), Ban (2005), Botezatu (2014), Gaman a Nistoreanu (2015), Pesonen (2012) nebo Tsephe a Obono (2013) diskutují nové potřeby turistů, kterými jsou například: touha objevovat nová místa a nové lidi, jet někam za poznáním, cestování jako životní styl, získání nových zkušeností a zážitků, zažít něco vzrušujícího a stimulujícího mysl. Stejně tak se mohou měnit motivy k cestě

a atributy spokojenosti, které přímo ovlivňují loajalitu návštěvníků a záměr přijet do destinace znovu. Mění se i aktivity, které návštěvníci venkovských destinací vykonávají. Ve venkovských oblastech Banátu bylo zkoumáno využití nových forem sportu jako je rafting, kanoing, jízda lanovkou, mountain biking, nordic walking (Chirila, Chirila & Bianu, 2014). V průzkumu bylo sledováno i působení aktivit na rozvoj lidských dovedností a možnosti ekonomického dopadu na venkov. Ibanescu a Stoleriu (2014) zkoumali poptávku po venkovském cestovním ruchu a na příkladu regionu Moldávie. Zjistili, že nejzásadnějšími atributy spokojenosti je nabídka a úroveň ubytovacích služeb a dostupnost destinací. Jako méně významné byly překvapivě atraktivita, které se typicky zařazují do venkovského cestovního ruchu, jako jsou autenticita, tradice a gastronomie. Poukazují i na nízký soulad mezi marketingovými aktivitami regionů a očekáváním turistů. Na tomto případě je zřejmé, jak důležité je znát současné a potenciální turisty.

Grigaliunaite a Pileliene (2014) pracují s litevským indexem spokojenosti pro venkovský turismus. Za determinanty tohoto indexu byly identifikovány následující faktory: ubytovací a stravovací služby, estetika destinace, ochrana životního prostředí, marketing destinace a hodnota očekávání, která je determinována přírodními předpoklady. Scholz a Linderová (2016) zkoumali vliv green managementu ubytovacích zařízení na spokojenost zákazníka a konkurenceschopnost podniků. Estetika destinace a marketing jsou determinovány ubytovacími a stravovacími službami, aktivitami v destinaci a ochranou životního prostředí. Využití ubytovacích služeb a jeho forem bylo předmětem zkoumání týmu Tiberiu (et al, 2018). Dle jejich výzkumu tvoří v oblasti Sibiu agroturistické penziony téměř pětinu ubytovací kapacity. I když je tento poměr vysoký, tempo využití těchto kapacit se snižuje. Praktickému využití profilu návštěvníků v marketingu destinací je v současnosti věnována větší pozornost i díky iniciativám CzechTourismu a jeho metodice certifikace DMO. Profil návštěvníků je také využívám pro marketingové aktivity již několik let v Jihočeském kraji, viz výzkumné studie (Vojtko et al., 2014, Vojtko et al., 2016, Štumpf & Vojtko et al. 2015). Využití výsledků výzkumů o návštěvnících má pozitivní dopad na marketingové aktivity destinací jak městských, tak venkovských. Samozřejmě tento přístup není ojedinělý, např. Ozdemir et al. (2012) realizovali studii zabývající se vztahy mezi profilem turistů, jejich spokojeností a loajalitou na příkladu tureckého regionu Antalya. Implikace z profilování turistů využili Franch, Martini, Inverardi & Buffa (2006) dokonce pro návrhy v oblasti destinačního managementu v oblasti italských Dolomit.

DATA A METODY

Základem pro výzkum byla metoda desk research, které byla využita již v přípravě a výběru metody sběru dat. Pro samotný terénní výzkum byla zvolena metoda osobního dotazování. Dotazovací nástroj se skládal ze 17 otázek, které měly charakter uzavřených a otevřených otázek. Otázky se zaměřovaly na několik druhů informací. Zjišťovaly, např. motiv cesty, spokojenost s atributy destinace, informační zdroje, způsob organizace a realizace cesty, velikost cestovní skupiny, frekvenci návštěv destinace, množství využitých služeb, nákladů na cestu, realizované aktivity, a také segmentační kritéria. Dotazník byl zpracován v souladu s metodickými nástroji CzechTourism pro certifikaci DMO (Český systém kvality služeb, 2017). Cílem výzkumu bylo zjistit profil návštěvníka destinace Dolní Poohří. Průzkum probíhal od června do srpna 2018. K respondentům bylo přístupováno individuálně během jejich návštěvy destinace z důvodů zachycení aktuální spokojenosti a možnosti vnímání místa. Taktéž byl respondent dotazován na motivy návštěvy destinace, které se nejlépe identifikují přímo v místě pobytu.

Místa pro sběr byla vytipována dle atraktivity, využito bylo i kulturních akcí, které mají potenciál přilákat více návštěvníků, a to nejen rezidentů, ale i z okolních sídelních jednotek. Konkrétně bylo dotazováno v místech a akcích: Kadaň, Klášterec nad Ohří, Louny - Den Ohře, Panenský Týnec, Louny, Brloh - Vernerův mlýn, Krásný dvůr, Peruc, Archeoskanzen Březno u Loun, Jimlín - zámek Nový hrad, Louny - Letní lounské vábení, Nechanice, Čeradice, Klobouky, letiště Čeradice, Březno u Chomutova, Kryry, Červenák, Kounov, Libyně, Blahuňov, Dobřeneč, Mutějovice, Žatec ad.

Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 395 respondentů. Vzhledem k charakteru destinace a jejím využívání jako rekreačního zázemí pro velká česká města, bylo přistoupeno k tomu, že dotazování byli pouze lidé z České republiky.

Představení destinace Dolní Poohří

Realizovaný výzkum probíhal na území destinace Dolní Poohří, která se nachází v Ústeckém kraji. Rozkládá se v jižní a jihovýchodní části Ústeckého kraje, sousedí s Karlovarským a Středočeským krajem, destinací Krušného hory a České Středoohoří. Jméno destinaci dala řeka Ohře, jejíž dolní tok územím protéká. Destinaci tvoří katastr 96 obcí, které najdeme na území bývalých okresů Louny a Chomutov (jižní část). Z hlediska aktuálního administrativního členění se rozkládá na území správního obvodu ORP Louny, Žatec, Podbořany, Kadaň (správní obvody obcí s pověřeným obecním úřadem Klášterec nad Ohří a Kadaň), Chomutov (11 obcí v jižní části území, město Chomutov do destinace nepatří).

V destinaci není žádné sídlo dominantní, z hlediska počtu obyvatel je největším městem Žatec (19 tis. obyvatel), těsně následovaný Louny a Kadaní. Necelých 15 tis. obyvatel má Klášterec nad Ohří. Postoloprty a Podbořany jsou pak již městy výrazně menšími se 4,7 tis. resp. 6,3 tis. obyvatel. Většina obcí destinace (74 z 94) má méně než tisíc obyvatel. Je tedy zřejmé, že se jedná o region venkovský. Tabulka 1 tento stav dokumentuje. V kontextu definice OECD (2011) by tento region spadal do kategorie významně, případně převážně venkovské.

Tabulka 1: Název tabulky

Velikost obce (počet obyvatel k 31. 12. 2017)	Počet obcí
10 001 - 20 000	4
2 501 - 10 000	2
1001 - 2500	14
501 - 1000	27
251 - 500	25
51 - 250	24

Zdroj: Vlastní zpracování podle Český statistický úřad, 2018

V tabulce 2 jsou prezentovány základní údaje o území destinace – počet obyvatel, počet ekonomických subjektů, plocha hustota zalidnění – ve srovnání s Ústeckým krajem, SO ORP a okresy. Území destinace tvoří 29,8 % plochy Ústeckého kraje, podíl obyvatelstva ale tvoří pouhých 16,2 %. Destinace je tedy výrazně řidčeji obydlená než zbytek kraje, ve kterém najdeme největší sídla jako Most, Teplice, Ústí nad Labem či Chomutov.

Tabulka 2: Základní charakteristiky území destinace ve srovnání

	Počet obyvatel	Počet ekonomických subjektů	Plocha území (km ²)	Hustota zalidnění
	celkem	celkem	celkem	(obyv./km ²)
Ústecký kraj	821 080	174 708	5 338,58	153,80
okres Chomutov	124 347	23 587	935,69	132,89
okres Louny	86 372	17 895	1 120,98	77,05
SO ORP Chomutov	81 515	15 786	486,07	167,70
SO ORP Kadaň	42 832	7 801	449,62	95,26
SO ORP Louny	43 501	9 513	472,65	92,04
SO ORP Podbořany	15 662	2 844	340,97	45,93
SO ORP Žatec	27 209	5 538	307,36	88,52
Dolní Poohří	132 844	26 521	1 593,24	83,38
v % kraje	16,18 %	15,18 %	29,84 %	54,21 %

Zdroj: Vlastní zpracování podle Český statistický úřad, 2018

Tabulka 3 ukazuje využití půdy v destinaci, opět ve srovnání. Při 29,8% podílu na celkové ploše kraje je v destinaci asi 48 % veškeré orné půdy a 78 % všech chmelnic Ústeckého kraje. Podíl nezemědělské půdy je relativně menší než ve zbytku kraje. Na území nacházíme pouze 15,7 % všech lesů v kraji, naopak mírně nadprůměrný je podíl vodních ploch, které tvoří především vodní nádrž Nechanice a řeka Ohře. I tyto charakteristiky ukazují na dominantně venkovský a zemědělský charakter destinace. Podíl zemědělských podniků v destinaci je dle údajů Českého statistického úřadu (2018) mírně vyšší v destinaci Dolní Poohří než v celém Ústeckém kraji na úkor podniků služeb.

Tabulka 3: Využití půdy v destinaci ve srovnání

	Plocha území (km ²)								
	celkem	Zemědělská půda				Nezemědělská půda			
		celkem	Orná půda	Chmelnice	Ovocný sad	celkem	Lesní pozemek	Vodní plocha	Zastavěná plocha a nádvoří
Ústecký kraj	5 338,58	2 748,99	1 802,46	60,07	58,39	2 589,59	1 633,55	104,06	93,42
okres Chomutov	935,69	388,12	226,06	0,16	8,73	547,57	359,20	30,99	12,52
okres Louny	1 120,98	789,62	660,89	46,70	11,64	331,36	179,90	15,45	17,72
SO ORP Chomutov	486,07	171,44	109,45	-	3,97	314,63	200,70	15,79	6,98
SO ORP Kadaň	449,62	216,68	116,61	0,16	4,76	232,94	158,50	15,21	5,54
SO ORP Louny	472,65	350,58	299,08	18,41	8,56	122,06	60,74	7,26	8,03
SO ORP Podbořany	340,97	223,04	178,11	12,45	1,98	117,93	74,79	4,70	4,53
SO ORP Žatec	307,36	216,00	183,70	15,84	1,10	91,36	44,37	3,49	5,15
Dolní Poohří	1 593,24	1 070,74	865,42	46,85	17,67	522,5	256,00	36,37	24,73
v %kraje	29,84%	38,95%	48,01%	78,00%	30,26%	20,18%	15,67%	34,95%	26,48%

Zdroj: Vlastní zpracování podle Český statistický úřad, 2018

Můžeme tedy konstatovat, že destinace Dolní Poohří naplňuje charakter venkovského, či převážně venkovského prostoru.

Výsledky dotazníkového šetření

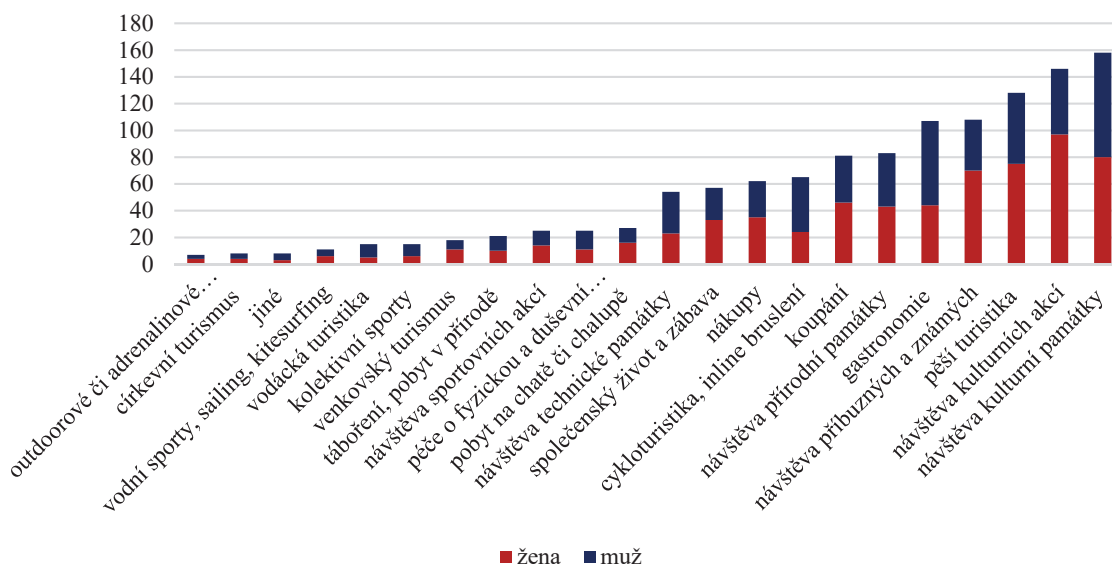
Výzkumný vzorek byl genderově vyvážený. Z hlediska věku se převažovali lidé ve středním věku, kteří byli v kontextu České republiky nadprůměrně vzděláni. 73 % se označilo za průměrně a 15 % za nadprůměrně vydělávající. Jak vyšší vzdělání, tak ekonomická síla návštěvníků je pro destinaci pozitivním zjištěním. Ukazuje to na potenciál rozvoje sofistikovanější produktů a potenciál v oblasti ekonomických přínosů. Z hlediska geografického byla většina návštěvníků z Ústeckého, Středočeského kraje a Prahy. Obecně lze říci, že zdrojovými kraji pro destinaci Dolní Poohří je domácí Ústecký kraj, Praha, Středočeský kraj, Liberecký, Karlovarský a Plzeňský kraj. Jedná se tedy o kraje v poměrně dobré dojezdové vzdálenosti. Toto zjištění potvrzuje i specifikum destinace Dolní Poohří, která nedisponuje žádnou významnou atraktivitou mezinárodního významu a slouží spíše jako rekreační zázemí velkým městům. Návštěvníci do destinace jezdí především automobilem (75 %).

Klíčovými zdroji informací pro návštěvníky jsou kromě vlastní zkušenosti a informací od příbuzných a známých, webové stránky (internet) a sociální sítě. Většina respondentů navštěvuje destinaci opakovaně i několikrát ročně, většinou minimálně s partnerem/partnerkou či větší skupinou. Zajímavou cílovou skupinou mohou být senioři, ale i školní výlety.

Motivy, které lákají návštěvníky do destinace, jsou spojeny převážně s aktivním a poznávacím cestovním ruchem. Jako největší motiv je návštěva kulturní památky a kulturní akce. Ženy mají v tomto ohledu dle výsledků, viz graf 1, ke kultuře ještě větší vztah, obzvláště v případě kulturních akcí. Dalšími důležitými motivy návštěvy jsou pěší turistika, návštěva příbuzných a známých a gastronomie. Následuje druhá skupina motivů s vyrovnanou oblibou u respondentů. Jde o návštěvu přírodních památek, koupání, cykloturistika, inline bruslení, nákupy, společenský život a zábava a návštěva technické památky. Další motivy hrají v atrahování návštěvníků pouze okrajovou roli. Jde například o motivy, které lákají pouze specifickou cílovou skupinu, nebo jsou jakýmsi doplňkem pro jiné motivy. Jedná se především o pobyt na chatě nebo chalupě, péče o fyzickou a duševní kondici, návštěvu sportovních akcí, táboření, pobyt v přírodě, venkovský turismus, kolektivní sporty, vodácká turistika, vodní sporty, sailing, kitsurfing, církevní turismus a outdoorové či adrenalinové sporty. Ve všech případech je poměrně vyrovnaný podíl zájmu mezi muži a ženami. Pouze u motivů gastronomie, cykloturistika, inline bruslení a vodácká turistika jsou v převaze muži. Lze konstatovat,

že hlavním motivem pro pobyt v destinaci je kultura a poznání společně se zábavou. Tyto motivy jsou doplněny sportovními aktivitami.

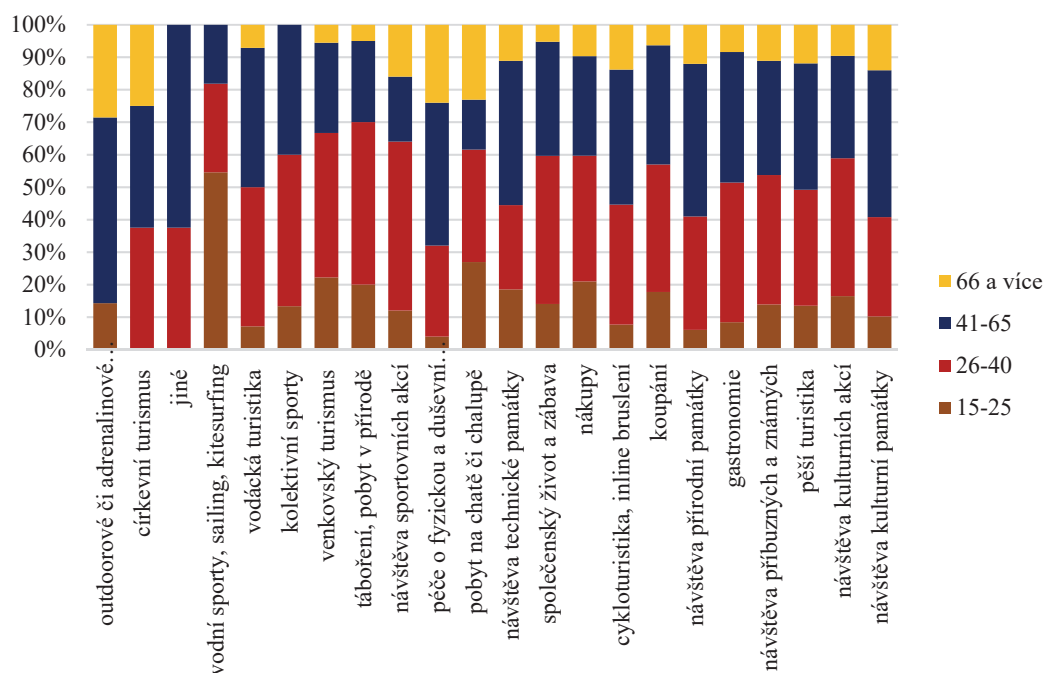
Graf 1: Motivy podle pohlaví



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

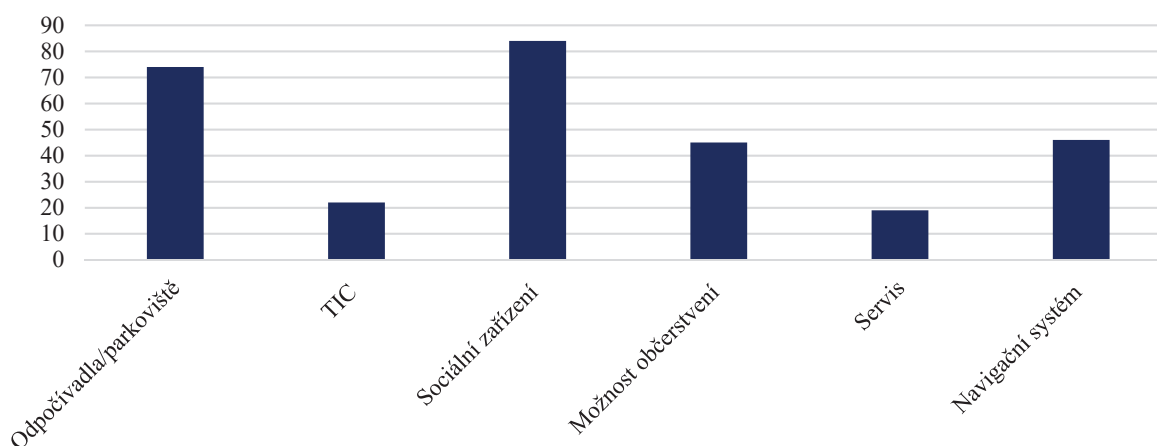
Pro nastavení marketingové komunikace a produktového portfolia je také důležité vnímat proměnnou věku. V průzkumu byli respondenti sledováni ve členění do 4 věkových skupin. Mladí lidé (do 25 let) preferují jako hlavní motiv návštěvy kulturních akcí. Dále jsou to motivy: pěší turistika, návštěva kulturní památky, návštěva příbuzných nebo známých, koupání a nákupy. S drobným odstupem jsou to motivy: návštěva technické památky, gastronomie, společenský život a zábava a vodní sporty, sailing, kitesurfing). Nejméně motivující jsou: církevní turismus (téměř nemotivující), návštěva sportovních akcí, vodácká turistika a outdoorové nebo adrenalinové sporty. Věková kategorie 26-40 let je nejvíce motivována kulturními eventy, návštěvou kulturních památek a gastronomií. Dále se jedná o pěší turistiku, návštěvy příbuzných a známých. Další skupinou podobně působících motivů jsou návštěva přírodní památky, koupání, cykloturistika, inline bruslení, nákupy a společenský život. Téměř nemotivující se jeví adrenalinové nebo outdoorové sporty. Málo důležitým a častým motivem jsou také církevní turismus, vodní sporty, sailing a kitesurfing. U věkové kategorie 41-65 jsou nejvíce motivující kulturní památky. S větším odstupem je to skupina motivů: návštěva kulturních akcí, pěší turistika, návštěva příbuzných a známých, gastronomie, návštěva přírodní památky. Jako méně motivující jsou sportovní aktivity spojené s vodou, adrenalinem, nebo vyšší zátěží, stejně tak i pobyt v přírodě, ve vesnickém prostoru nebo církevní motiv. Nejstarší věková skupina je motivována kulturními atraktivitami, využívá nejvíce pěší turistiku a navštěvuje kulturní akce. Velmi málo motivující jsou pro ni sportovní aktivity, zábava a společenský život a táboření a pobyt v přírodě. Tuto skupinu nejvíce ze všech motivuje církevní turismus a péče o fyzickou a duševní kondici. Poměrně zajímavé je, že důležitým motivem je cykloturistika.

Graf 2: Motivy návštěvy podle věku respondenta



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 3: Vnímané nedostatky v doprovodné infrastruktuře

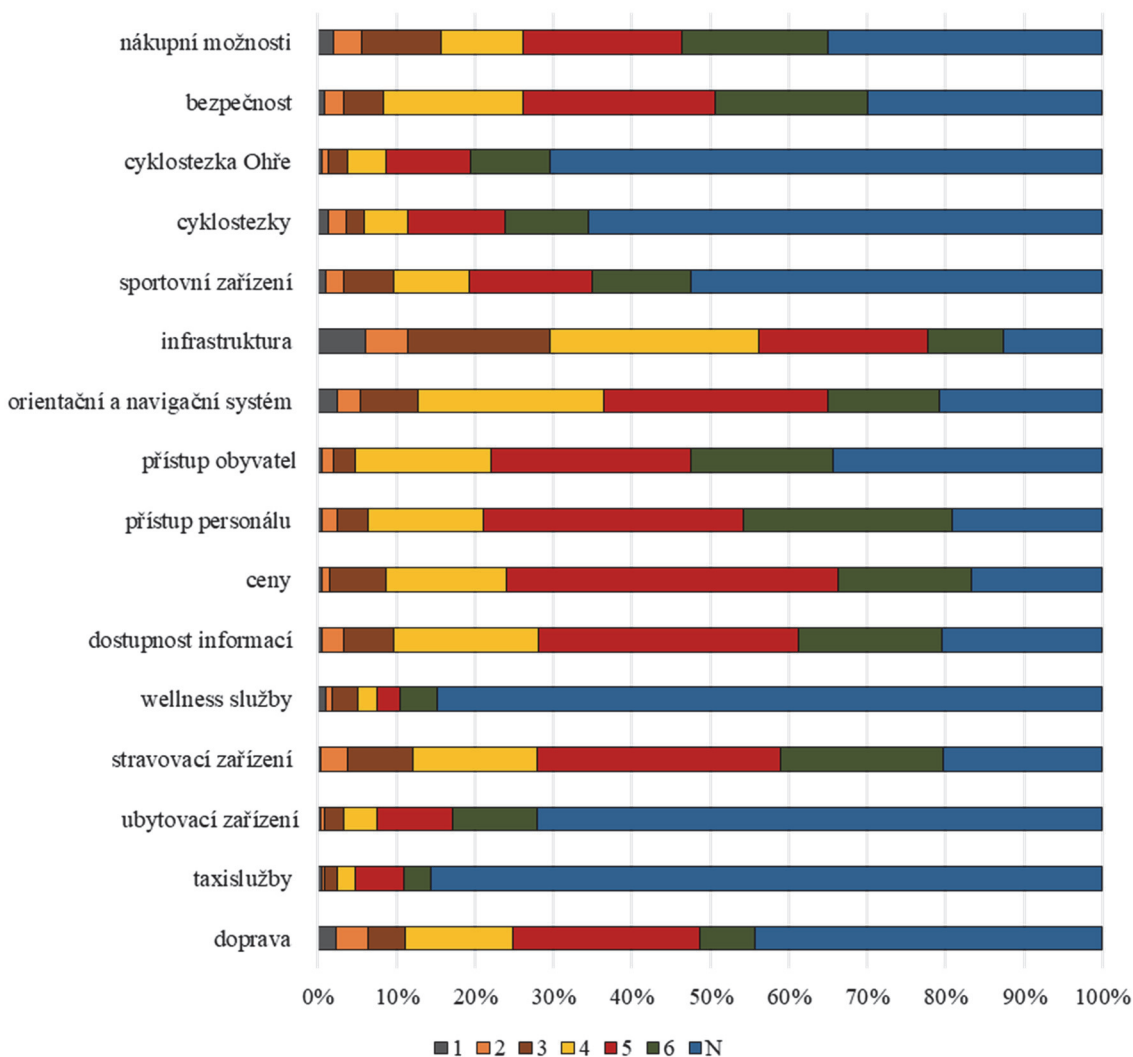


Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Jako největší nedostatek v destinaci respondenti shledávají možnosti a dostupnost sociálních zařízení (viz graf 3). Druhým nejzávažnějším nedostatkem jsou odpočívadla a parkoviště. Obzvláště pokud přihlídneme k tomu, že většina návštěvníků přijíždí vlastním dopravním prostředkem, tak je potřeba parkoviště s odpovídající infrastrukturou poměrně jasným požadavkem. Parkovací plochy a infrastruktura a služby spojené s parkovišti nebo odpočívadly se objevovaly i v možnostech konkrétního vypsání nedostatku (např. automat na vodu, levnější parkovné, parkoviště pro karavany, sprchy, stojany na kola, lavičky). Další důležitý nedostatek směřoval do značení a tvorby značených tras (např. cyklostezky, dráhy pro inline bruslení, lepší značení dopravní, ale i turistické). Dále byly zmiňovány nedostatky ve veřejné hromadné dopravě (např. linková doprava, horší dostupnost bez osobního auta apod.). Respondenti by také uvítali výstavbu sportovní infrastruktury (např. plavecký bazén, lezecké stěny apod.).

Při hodnocení spokojenosti, viz graf 4, je vycházeno pouze z odpovědí, kdy bylo možno hodnotit spokojenost s danou komponentou. S ohledem na charakter zkoumaného vzorku respondentů a jejich specifikem je potřeba vnímat odpovědi jako doporučující. Nejméně často hodnocené komponenty byly wellness služby, taxi služba a také ubytovací zařízení. V případě ubytovacích zařízení je potřeba spokojenost zkoumat podrobněji.

Graf 4: Spokojenost s komponenty destinace



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

U většiny komponent bylo hodnocení převážně v intervalu od 4 do 6, tj. pozitivnější polovina hodnocení. Nejhůře hodnocené byly wellness služby a infrastruktura (hodnocení od 1-3 tvořilo cca 35 %). Nejvíce zcela nespokojených odpovědí získala opět infrastruktura, wellness služby a také doprava. Nejvíce absolutně pozitivních odpovědí získaly ubytovací služby, cyklostezka Ohře a přístup personálu. Po vypočtení průměrné známky hodnocení, jsou nejlépe hodnocenými komponenty ubytovací služby (průměrné hodnocení 5) a přístup personálu (průměrné hodnocení 5), dále následuje cyklostezka Ohře (průměrné hodnocení 4,9), ceny a přístup obyvatel (průměrné hodnocení, 4,8). Nejhoršího průměrného hodnocení bylo dosaženo u infrastruktury (3,9). Celková spokojenost s destinací odráží i výsledky v jednotlivých kategoriích. Většina odpovědí se přikládání k hodnocení 2, což je druhé nejlepší hodnocení. Nejhorších hodnocení je minimum (6 odpovědí). Nicméně i na odpovědi z negativní poloviny hodnotící škály je potřeba se zaměřit (celkem 67 odpovědí s hodnocením 4-6). Průměrné hodnocení za celou destinaci je známkou 2,4. Lze určitě konstatovat, že je to hodnocení pozitivní, ale i toto hodnocení dává možnosti pro zlepšení.

V destinaci Dolní Poohří i přes její venkovský charakter převažují u návštěvníků motivy spojené s kulturou a poznáváním. Méně důležité jsou motivy spojené s přírodními atraktivitami, relaxací apod., které mnoho výzkumů uvádí jako typické pro venkovské destinace. Omezená nabídka (kvantitativně a kvalitativně) ubytovacích zařízení tyto motivy také nepodporuje. Výstupy průzkumu profilu návštěvníka Dolního Poohří potvrzují často zmiňovaný různorodý charakter venkovského prostoru. Klíčovými atraktivitami v Dolním Poohří jsou královská města Louny, Žatec a Kadaň doplněné Kláštercem nad Ohří, a tak nejsou výstupy průzkumu zcela překvapivé. Je však také třeba vnímat omezení realizovaného výzkumu, kterými jsou rozsah šetření, realizace v úzkém časovém úseku nebo orientace na místa s větším výskytem návštěvníků.

- [1] AION CS. (2010-2019). 128/2000 Sb. Zákon o obcích. Retrieved from: <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-128>>.
- [2] Ban, O. (2005). The new motivations of tourism consumption. *The Annals of the University of Oradea, Economic Sciences*. 236-239.
- [3] Botezatu, A. (2014). Tourist Motivation for Rural Destinations. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*. 14 (1). Retrieved from: <http://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol4_1/Art7.pdf>
- [4] Český statistický úřad. (2008). Varianty vymezení venkova a jejich zobrazení ve statistických ukazatelích v letech 2000 až 2006. Retrieved from: <<https://www.czso.cz/documents/10180/20536004/130808.pdf/5d2ad0ed-8493-4237-a6d5-409614f287cf?version=1.0>>.
- [5] Český statistický úřad. (2018). Veřejná databáze. Retrieved from: <<http://vdb.czso.cz>>.
- [6] Český systém kvality služeb. (2017). Dokumentace k certifikaci DMO. Retrieved from: <<http://organizace.csks.cz/cs/ke-stazeni/dokumentace-k-certifikaci-dmo.html>>
- [7] Franch, M., Martini, U., Inverardi, P., L., N., Buffa, F. (2006). From reconstruction and analysis of tourist profiles to some suggestions to destination management - An empirical research in the Dolomites area. *Tourism Review*. 61 (2), 30-37.
- [8] Gaman, G., & Nistoreanu, P. (2015). The stimulation offer of rural tourism in Buda village, Berzunti Country; Possibilities of (re)adaptation regarding the modern tourist preferences. *Analele universitatii din Oradea – Seria Geografie*. 25(1), 46-58.
- [9] Grigaliunaite, V., & Pileliene, L. (2015). Satisfaction and loyalty of lithuanian rural tourists: Segmentation and managerial implications. *Regional Formation and Development Studies*. 3(14), 64-75.
- [10] Hájek, T. (2002a). The development potential of Czech rural areas and rural tourism. *Agricultural Economy*. 48(12), 559-562.
- [11] Hájek, T. (2002b). Countryside, tourism development and national heritage revitalisation. *Agricultural Economy*. 48(6), 259-262.
- [12] Chirila, D., Chirila, M. & Bianu, A., D. (2014). New forms of leisure tourism sports in rural Banat area. *Lucrari Stiintifice Management Agricol*. 16(4), 44-51.
- [13] Ibanescu, B., & Stoleriu, O., M. (2014). The Rural Tourist Demand in an European Peripheral Region. Case Study: Moldavia Region, Romania. *SGEM 2014 International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences and Arts*. 2(4), 797-804.
- [14] Janotka, K. (1999). *Venkovská turistika a agroturistika: Specifické segmenty cestovního ruchu*. Pardubice: Střední odborná škola cestovního ruchu.
- [15] Kulcsar, N. (2015). Consumer value dimensions of rural tourism in Hungary. *Hungarian Geographical Bulletin*. 64(2), 127-141.
- [16] OECD. (2011). OECD Regional Typology. Retrieved from: <[www: https://www.oecd.org/cfe/regional-policy/OECD_regional_typology_Nov2012.pdf](https://www.oecd.org/cfe/regional-policy/OECD_regional_typology_Nov2012.pdf)>.
- [17] Ozdemir, B. et al. (2012). Relationships Among Tourist Profile, Satisfaction and Destination Loyalty: Examining Empirical Evidences in Antalya Region of Turkey. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 21 (5), 506-540.
- [18] Perlín, R. (1998). The Typology of the Czech Country. *Agricultural Economy*. 44(8), 349-358.
- [19] Perlín, R., Kučerová, S., & Kučera, Z. (2010). A Typology of Rural Space in Czechia according to its Potential for Development. *Geografie*. 115(2), 161-187.
- [20] Pesonen, J., A. (2012). Segmentation of Rural Tourists: Combining Push and Pull Motivations. *Tourism and Hospitality Management*. 18 (1), 69-82.
- [21] Scholz, P., & Linderová, I. (2016). Green management in accommodation facilities as a factor of regional development in the Vysočina region. In *19th International Colloquium of regional Science*. Brno: Masaryk University, 1095-1101.
- [22] Slepíčka, A. (1989). *Proměny venkova: venkov našeho věku*. Praha: Svoboda.
- [23] Stříbrná, M. (2005). *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press.
- [24] Šimková, E. (2013). *Sustainability in Tourism and Rural Areas*. Hradec Králové: Gaudeamus.

- [25] Štumpf, P., Vojtko, V., Janeček, P., Volfová, H., & Zikmundová, J. (2015). Cestovní ruch v regionu: Aktuální výzvy a přístupy. Zeleč: Profess Consulting.
- [26] Tiberiu, I., Cornelia, A., T., Cornelia, P., Ioan, P., Ioan, B., Sorin, S., & Adrian, B. (2018). Aspects that characterize rural tourism activity in Sibiu County. *Lucrari Stiintifice, Seria I.* 20(1), 163-171.
- [27] Tsephe, N., P., Eyono Obono, S., D. (2013). A Theoretical Framework for Rural Tourism Motivation Factors. *International Scholarly and Scientific Research & Innovation.* 7(1), 273-278.
- [28] Vojtko, V., Štumpf, P., Dvořák, V., & Pavezová, I. (2014). Výsledky výzkumu profilu návštěvníků Českých Budějovic v červnu až září 2014. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.
- [29] Vojtko, V., Štumpf, P., Wagner, J., Zlatušková, L., & Blechová, L. (2016). Výsledky výzkumu profilu návštěvníků Českých Budějovic v květnu až prosinci 2015. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.
- [30] Vystoupil, J., & Šíp, J. (2005). Metodika analýzy hodnocení území venkovského prostoru v intencích trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu jako základní nástroj nové rajonizace CR. Recenzovaný sborník referátů z 10. mezinárodní konference na téma: Cestovní ruch, regionální rozvoj a školství, trvale udržitelný rozvoj a turismus. (pp. 147 – 153). Tábor: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.

KONTAKTNÍ ÚDAJE

Ing. Petr Janeček, Ph.D.; Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta ekonomická
Univerzitní 22, 30614 Plzeň
e-mail: janepc00@kmo.zcu.cz; jtluchor@kmo.zcu.cz