

Univerzita Palackého v Olomouci
Fakulta tělesné kultury

MOTIVACE V DOBROVOLNICKÉM
CESTOVNÍM RUCHU FORMOU WWOOF
Diplomová práce
(bakalářská)

Autor: Anna Neumannová, rekreologie
Vedoucí práce: Ing. Jakub Kotůlek
Olomouc 2013

Jméno a příjmení autora: Anna Neumannová

Název diplomové práce: Motivace v dobrovolnickém cestovním ruchu formou WWOOF

Pracoviště: Katedra rekreologie

Vedoucí: Ing. Jakub Kotůlek

Rok obhajoby: 2013

Abstrakt:

Práce se zabývá motivací v dobrovolnickém cestovním ruchu formou WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms). Na základě výzkumu provedeného s registrovanými subjekty srovnává motivaci česky a anglicky mluvících účastníků k registraci do české národní organizace WWOOFcz, a vytváří profil účastníka WWOOF v České republice. Práce dále obecně hodnotí význam členství ve WWOOF pro samotné účastníky.

Klíčová slova: ekoagroturismus, dobrovolnictví, motiv, udržitelný cestovní ruch, výpomoc na farmách

Souhlasím s půjčováním závěrečné písemné práce v rámci knihovnických služeb.

Author's first name and surname: Anna Neumannová

Title of the thesis: Motivation in volunteer tourism on the example of WWOOF

Department: Department of Recreationology

Supervisor: Ing. Jakub Kotůlek

The year of presentation: 2013

Abstract:

The present thesis deals with motivation in volunteer tourism on the example of WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms). Based on a survey conducted with registered participants, it compares the motivation of Czech-speaking and English-speaking participants to register with Czech national WWOOF organization and creates a profile of a WWOOF participant in Czech Republic. In addition, the thesis evaluates the significance of membership in WWOOF to the participants in general.

Keywords: ekoagrotourism, help on farms, motive, sustainable tourism, volunteering

I agree the thesis paper to be lent within the library service.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně pod vedením Ing. Jakuba Kotůlka, uvedla všechny literární a odborné zdroje a řídila se zásadami vědecké etiky.

V Olomouci dne 30. dubna 2013

.....

Tímto děkuji vedoucímu práce Ing. Jakobovi Kotůlkovi za cenné rady a za pomoc, kterou mi poskytl během zpracování závěrečné diplomové práce.

OBSAH

1 Úvod	7
2 Dobrovolnictví	9
3 Cestovní ruch	13
3.1 Udržitelný cestovní ruch.....	13
3.2 Venkovský cestovní ruch	16
3.2.1 Ekoturismus	17
3.2.2 Agroturismus.....	18
3.2.3 Ekoagroturismus	19
3.3 Venkov jako destinace cestovního ruchu.....	20
3.4 Dobrovolnický cestovní ruch	24
4 WWOOF	26
4.1 WWOOF v České republice	28
5 Motivace.....	31
5.1 Motivace v cestovním ruchu.....	33
6 Cíle práce	37
7 Metodika	38
7.1 Analýza literatury.....	38
7.2 Komunikace se zainteresovanými subjekty	39
7.3 Komparace a syntéza.....	39
7.4 Empirické šetření	39
8 Výsledky.....	41
9 Diskuse	54
9.1 Profil WWOOFera	58
10 Závěry	60
11 Souhrn	62
12 Summary	63
13 Referenční seznam.....	64
13.1 Monografie	64
13.2 Internetové zdroje	65
14 Přílohy.....	68

1 Úvod

Cestovní ruch je starý jako lidstvo samo. Již od nepaměti se lidé přesouvali z místa na místo. S vývojem společnosti se vyvíjely i motivy pro cestování. Z důležitého hledání potravy, přes objevování nových míst se z cestování stala zábavná náplň volného času. Tento vývoj způsobil, že se lidstvo vzdálilo od svých původních kořenů. K přežití už člověk nepotřebuje být celý den na poli, sbírat lesní plody a starat se o zvířata. Dnešní člověk má upravenou pracovní dobu a má mnohem více volného času, než tomu bylo kdy dřív. Většina západní společnosti pracuje a bydlí ve městech, tady i tráví svůj volný čas. Není tedy divu, že lidem se začalo po původních kořenech stýskat. To zapříčinilo vznik agroturistiky.

Lidé začali trávit svůj volný čas na venkově a v přírodě. Ale ani zemědělství není odolné vůči vývoji společnosti a původním způsobům obživy, po kterých je taková poptávka, je v současné době velmi vzdálené. Reakcí na toto vzniklo ekozemědělství a s ním spojená ekoagroturistika, která by měla nabízet původní způsoby obživy, které jsou šetrné k okolnímu prostředí. Tohoto fenoménu si všimli chytrí podnikatelé a rozhodli se do této stále populárnější formy trávení volného času investovat. Vidina velkého zisku způsobila, že se i z šetrné formy agroturistiky vytratil autentický zážitek. Právě tato chybějící autenticita dle A. J. McIntosh a S. M. Bonnemann (2006) dala za vznik organizaci WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms). Byla to chvíle, kdy si nejen farmáři, ale i lidé toužící po původnosti způsobu obživy uvědomili, že pokud ani jeden z nich nezaplátí za tento zážitek, tak není důvod, proč by se autentičnost vytrácela. Tímto vznikl dobrovolnický cestovní ruch a organizace WWOOF neboli celosvětová příležitost na ekologických farmách, kde za svou práci člověk nedostane zapláceno, ale ani neutratí jedinou korunu za ubytování a stravu.

Tato práce je věnovaná právě organizaci WWOOF, a to především jejímu působení v České republice. Věnuje se vývoji této formy cestování a také vývoji tohoto způsobu dobrovolnictví. Věnuje se motivaci v tom dobrovolnickém cestovním ruchu.

Česká organizace WWOOF o svých dobrovolnících nemá mnoho informací. Funguje jako prostředník mezi WWOOFery (dobrovolníky, účastníky dobrovolnického pobytu, kteří jsou členy WWOOF a jsou oprávněni využívat služeb hostitelských subjektů) a farmáři a dohlíží na to, aby obě strany dodržovaly zásady stanovené na mezinárodní úrovni organizacemi WWOOF. V posledních době dochází k tomu, že práce i dobrovolníků je dostatek, přitom návštěvnost farem není až tak vysoká. Těžko se na tento jev reaguje, pokud nemáme informace o tom, kdo jsou naši dobrovolníci, jaká mají očekávání a jak jsou pro to být dobrovolníkem motivováni.

Tato práce si klade za cíl zjistit, jakou mají WWOOFeři motivaci k tomu cestovat touto formou cestovního ruchu. Dále jakou motivaci mají k tomu, být zaregistrováni v české pobočce WWOOF, zdali pobyty na farmách uskutečněné skrz tuto organizaci WWOOFery nějak rozvíjí, případně jakým směrem. Dále jaká mají očekávání od tohoto pobytu a případně, zdali vidí nějaké nedostatky v české organizaci WWOOF. Cílem této práce je vytvořit profil WWOOFera zaregistrovaného do WWOOF v České republice. Domnívám se, že tyto informace mohou napomoci organizaci a rozvoji WWOOFu u nás a že můžou pomoci farmářům nalákat více dobrovolníků na své farmy. Touto prací bych také chtěla porovnat, zda se liší český WWOOFer WWOOFující v České republice od zahraničního WWOOfera, který si jako svou destinaci pro WWOOFing (obecně přijatý a v anglicky mluvících zemích používaný termín pro aktivity dobrovolníků organizace WWOOF, tedy jejich cestování a pobyt na hostitelských farmách) vybral právě Českou republiku.

2 Dobrovolnictví

V českých zemích se začátky dobrovolnictví datují od roku 1918. Za velké podpory státu a T. G. Masaryka se česká dobrovolnická infrastruktura stala velmi hustou, rozšířenou do všech oblastí, a to nejen lokálně, ale i mezinárodně. Tuto dobře vybudovanou infrastrukturu narušila druhá světová válka. Naštěstí se ji po válce podařilo znovu obnovit. Tento systém byl však opět zničen, a to obdobím socialismu, kdy komunistická vláda zabavila majetek dobrovolnickým organizacím, které buď odjely do exilu, nebo byly násilně donuceny se stát členy Národní fronty, která měla za úkol budovat socialismus. To se změnilo po sametové revoluci v roce 1989, nicméně tato změna probíhala relativně pomalu a obraz dobrovolnictví v České republice nemá stále takovou úctu, jaké by se mu mělo dostávat. „Je to trochu překvapivé, že Česká republika je s tímto respektem stále daleko za mnoha ostatními členy Evropské unie“ (Brož, Tošner, Kušková, 2012, 100).

Od roku 2003 Ministerstvo vnitra umožňuje neziskovým organizacím získat akreditaci na provádění dobrovolnické služby, což je velký krok vpřed, který umožňuje dobrovolnictví zprofesionalizovat. Podkladem pro udělování této akreditace je zákon č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů (zákon o dobrovolnické službě), který ustanovuje, kdo může být dobrovolníkem, co dobrovolnická služba je a jaké má povinnosti organizace, která tuto službu provádí, a také jaké má povinnosti dobrovolník, který je účastníkem této služby. Na základě této akreditace pak organizace může s dobrovolníkem uzavřít smlouvu a to buď na krátkodobou, nebo dlouhodobou dobrovolnickou činnost. Smlouvy, ve kterých je popsáno jaká práva a povinnosti má dobrovolník a jaká organizace, si každá organizace upravuje sama. Jedna z nejdůležitějších výhod těchto smluv je, že organizace i dobrovolník jsou na základě těchto smluv pojištěni proti škodám způsobených dobrovolnickou činností a dále zaručují, že dobrovolník má znalosti, dovednosti a vlastnosti, které mu umožňují dobrovolnickou činnost v rozsahu popsaném ve smlouvě vykonávat. Organizace na základě této akreditace pak můžou stát žádat o příspěvky například na školení dobrovolníků, aby potřebné znalosti získali. Zákon také stanovuje, že dobrovolník vykonávající dobrovolnickou činnost

v rozsahu 20 hodin v kalendářním týdnu má právo na to, aby za něj stát platil zdravotní a sociální pojištění, dále má možnost si hradit důchodové pojištění, které mu může hradit vysílající organizace, a tato doba se pak započítává do nároku na důchod, a také se odpracovaná doba považuje za náhradní dobu zaměstnání, což znamená, že při posuzování nároku na podporu v nezaměstnanosti se k této době přihlíží a započítává se jako doba zaměstnání. Dle Brože, Tošnera a Kuškové (2012) této dobrovolnické služby využívá 10 % všech dobrovolníků, což odpovídá asi 10 000 dobrovolníků každý rok. Přestože jejich počet stále roste a můžeme je najít skoro v každém sektoru, prozatím nemá stoupající tendenci. To může být způsobené jednak nízkou informovaností organizací o možnosti akreditaci získat, anebo také určitou náročností tuto akreditaci získat. K získání akreditace je nutné doložit mnoho dokumentů a potvrzení. Například to, že pokud by organizace z jakéhokoliv důvodu zanikla, zodpovědnost za dobrovolníky přebere jiná nezisková organizace.

Zákon č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů (zákon o dobrovolnické službě) stanovuje, že dobrovolníkem může být fyzická osoba a) starší 15 let, jde-li o výkon dobrovolnické služby na území České republiky, b) starší 18 let, jde-li o výkon dobrovolnické služby v zahraničí, která se na základě svých vlastností, znalostí a dovedností svobodně rozhodne poskytovat dobrovolnickou službu. Dále tento zákon ukládá že, dobrovolník vykonává dobrovolnickou službu na základě smlouvy uzavřené s vysílající organizací; v případě dlouhodobé dobrovolnické služby nebo v případě krátkodobé dobrovolnické služby, k jejímuž výkonu je dobrovolník vyslán do zahraničí, musí být tato smlouva písemná. Z toho vyplývá, že dle zákona je dobrovolnictví svobodné rozhodnutí a musí být vykonáváno na základě smlouvy. Zákon v České republice tedy nepočítá s dobrovolníky, kteří tuto smlouvu uzavřenou nemají.

Dle práva Velké Británie je dobrovolnictví jakákoliv aktivita, která obnáší vynaložení času, je neplacená, je zaměřená na přínos benefitu někomu (jednotlivci či skupině) stejně tak nebo navíc blízkým příbuzným nebo na přínos životnímu prostředí. Dávat neplacenou pomoc skupinám, klubům nebo

organizacím za účelem pomoci jiným lidem nebo prostředím. Takto zákonem definované dobrovolnictví je dle mého názoru vhodnější. Zahrnují do něj všechny aktivity a ne jen ty organizované a smlouvou podchycené.

Dle Cnaana, Handya a Wadswortha (1996, 371) dobrovolnictví definují čtyři elementy:

- „svobodná volba,
- odměna, která není ani není očekávaná nebo spočívá v uhrazení nákladů nebo je hrazena stipendiem nebo jen málo placená,
- struktura, která je formální či neformální,
- určení příjemci, kteří z dobrovolnictví mají nějaký přínos či získají pomoc a příjemci jsou buď neznámí nebo přátelé či příbuzní anebo dobrovolnictvím můžeme pomoci sami sobě“

Dobrovolnictví Cnaan, Handy a Wadsworth (1996) rozdělují na „čisté“ a „obecné“ podle toho, v jakém kontextu na něj nahlížíme. Ve velkém spektru možností dobrovolnictví nalezneme typy, které jsou přesně dané obecnými podmínkami, ale i typy, které jsou diskutabilní. Sem patří dobrovolnictví, které je peněžně ohodnoceno (například když dobrovolník pobírá stipendium nebo dostává částečně i peněžní ohodnocení) nebo je povinné (studentské dobrovolnictví za kredity nebo práce pro získání podpory v nezaměstnanosti).

Toto kategorizování není důležité pro praxi v dobrovolnictví, ale je nutné pro pochopení různorodosti dobrovolnictví a pro možnost zachytit dobrovolnictví i statistickými údaji. Domnívám se, že pro pochopení smyslu dobrovolnictví stačí definice (Holmes, Smith, 2009), která říká, že je to nenařízená aktivita, která je v zásadě darováním času. Myslím si, že velká část dobrovolníků si ani neuvědomuje, že jejich aktivita by se dala nějak speciálně kategorizovat. To potvrzuje i kanadský výzkum *Survey of Giving, Volunteering and Participating* (Hall, Lasby, Gumulka, Tryon, 2006), podle kterého je neformální dobrovolnictví, což je definováno jako pomáhat sám za sebe, častější nežli dobrovolnictví formální, které je skrz nějakou organizaci.

Dobrovolnictví můžeme rozdělit dle Holmes a Smith (2009) do několika forem:

- mezinárodní dobrovolnictví, zahrnující vycestování z jedné země do jiné, zahrnuje i pomoc při mimořádných událostech, vytváření projektů a vzdělávání v zahraničí,
- dobrovolnický turismus, který je více popsán v kapitole 3.4 této práce,
- občasné dobrovolnictví, kde jsou dobrovolníci jen po určité krátké časové období, například během běhu pro charitu a podobně,
- virtuální, online či cyber-dobrovolnictví, kdy dobrovolnictví probíhá po internetu, což odstraňuje bariery časových a geografických možností a fyzická omezení,
- rodinné a mezigenerační dobrovolnictví, je dobrovolnictví vykonávané s rodinnými příslušníky nebo v různých věkových skupinách, rodiny to může sblížit a je to možnost, jak trávit společně a užitečně čas,
- pracovní, zaměstnanecké a zaměstnanci podporující dobrovolnictví prováděné firmami, může být jednou z forem team-buildingu, tato forma dobrovolnictví podporuje pracovní morálku a loajalitu

Tyto formy nejsou striktní a velmi často se propojují, je to jen výčet nejrozmanitějších možností dobrovolnictví a ukazuje, jak je dobrovolnictví rozmanitou aktivitou.

3 Cestovní ruch

Definovat cestovní ruch není úplně jednoduché. Autoři se ve svých definicích liší, je to dáno tím, že každý zkoumá cestovní ruch z jiného úhlu. Někdo potřebuje zjistit, kolik lidí cestuje do dané destinace a kolik tam utratí peněz, někdo se zabývá motivací cestování. Následující definice Vystoupila et al. (2006, 29) definuje cestovní ruch jako celek a není možné na základě této definice o tomto souhrnu vztahů a jevů získat statistická data: „Cestovní ruch je souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení ani zaměstnání.“ Proto některé další definice obsahují i délku trvání tohoto pobytu a kdy, za jakým účelem a z jakých prostředků je pobyt uskutečněný, jako je tomu v definici cestovního ruchu dle UNWTO (United Nations World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu Spojených národů; dříve WTO), kterou můžeme považovat za celosvětově platnou: „Cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa)“ (www.czechtourism.cz).

Pro naše účely je ještě nutné si uvědomit, že cestovní ruch je celek, na který je nutné nahlížet ze tří úhlů, a to z úhlu spotřebitele, který uspokojuje své potřeby, z úhlu podnikatele, který je součástí ekonomiky společnosti, a z úhlu prostředí, ve kterém se cestovní ruch uskutečňuje. K tomuto uvědomění nám dopomůže součást definice cestovního ruchu dle Páskové a Zelenky (2012, 15): „Jevovou náplní cestovního ruchu jsou především souhrnné aktivity jeho účastníků, procesy související s budováním a provozováním zařízení poskytujících těmto účastníkům služby, aktivity související s rozvojem a ochranou zdrojů pro jeho funkci, souhrn politických a veřejně správních aktivit (...) a současně i reakce místních komunit a ekosystémů na uvedené aktivity.“

3.1 Udržitelný cestovní ruch

Zvyšujícím se důrazem na volný čas a na turistiku jako takovou, zlepšením ekonomické situace obyvatel po válce a v 70. a 80. letech, kdy začaly vznikat první turistické regiony a letecká přeprava, která se stala

nejrozšířenějším dopravním prostředkem, došlo k velkému rozvoji cestovního ruchu. V České republice byl vzhledem k politickému režimu tento vývoj o něco pomalejší.

Cestovní ruch se rozvíjí dle Vystoupila, Šauera, Holešínské a Metelkové (2006) na základě těchto předpokladů:

- svoboda pohybu
- existence volného času
- uspokojení základních životních potřeb
- existence potenciálu cestovního ruchu
- stupeň technického rozvoje umožňující výstavbu infrastruktury

V 90. letech tyto předpoklady byly na vzestupu a to dalo skvělé podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Rozvojem internetu se cestovní ruch stává masovým a pomalu touto formou neudržitelným. Masová turistika má za následek to, že z mnoha míst vymizely původní tradice a zvyky, které musely ustoupit požadavkům turistům, přinášejícím do regionu kapitál. Šimková (2008, 67) tvrdí, že „žijeme v éře totální dominance zákazníka“. Místo tradičního jídelníčku čekaly na hosty hranolky a kola, dle Šimkové (2008, 5) „se turistika stala na konci tisíciletí na jedné straně nejvýdělečnější oblastí ekonomiky, současně však i obrovským ničitelem trvalých kulturních a přírodních hodnot“.

Dle vlivu na životní prostředí dělíme cestovní ruch na tvrdý a na měkký turismus. Tvrdý turismus dle Ryglové (2009,15) „nebere ohledy na svůj vliv na environmentální sociální a kulturní vnější prostředí“, zatím co měkký turismus „se snaží uvědoměle a šetrně chovat k prostředí“. Pro prosperitu cestovního ruchu je nutné zachovat jedinečnost cílových destinací. Musíme si uvědomit, že kroky které se uskutečňují, aby cílové destinace ještě více zatraktivily, mají mnohdy negativní vliv na životní prostředí nejen v dané lokalitě, ale i na celé planetě.

Mnoho podniků poskytujících služby v cestovním ruchu si své dopady na životní prostředí uvědomují a začínají přecházet na nový trend v cestovním ruchu, kterým je eko-management. Do tohoto ekologicky šetrného

managementu spadá například plánování a regulování turistů, aby mohl být kontrolován jejich dopad na okolní prostředí a redukovat jejich spotřebu místních zdrojů. Dále sem patří vzdělávání zaměstnanců, aby znali základní environmentální problémy, aby měli za přirozené zbytečně nesvítil, vypínat topení a klimatizace v neobsazených místnostech a podobně. Spadá sem i třídění odpadu, využívání místních zdrojů a efektivní využívání energie.

Vzhledem k eko-managementu v ISO 12000 mezinárodních standardech a ISO 19000 a evropských směrnicích EMAS (Eco Management Audit Scheme – Kontrolní program eko-managementu), jež ukazují důležitost tohoto systému managementu v tomto stále se vyvíjejícím moderním podnikání, bude toto podnikání obnášet zvyšování nákladů na další investice a certifikace (Sztruten, Dridea a Stan, 2010, 1172).

Vznik tohoto managementu byl reakcí na stále populárnější formu cestovního ruchu a to trvale udržitelný cestovní ruch. Je to snaha během cestování zanechat nízký negativní dopad na životní prostředí, místní kulturu a obyvatele. Udržitelný cestovní ruch také můžeme nazývat jako „soft tourism“, „alternative tourism“, „green tourism“, „responsible tourism“, tyto pojmy jsou si svým významem velmi podobné, „jde o formy cestovního ruchu, kdy nedochází k využívání nebo ničení místní populace, přírody, kultury a ekonomiky dané destinace“ (Beaver, 2005, 322). Charakteristické pro tuto formu cestovního ruchu je necentralizovanost ubytovacích zařízení. To znamená, že turisté se nekonzentrují na jednom místě, ale jsou rozptýleni po větším území a tím se zmenšuje negativní dopad na okolní prostředí způsobený velkou koncentrací turistů na jednom místě, jako je tomu v případě masového cestovního ruchu. Dalším typickým úkazem této formy cestovního ruchu, je nižší kvalita ubytovacích a stravovacích zařízení, která by měla zapadat do okolního prostředí. Nemůžeme tedy očekávat „pěti nebo čtyřhvězdičkový standart“, který je v této oblasti velmi výjimečný.

Nemusí tomu tak být ale pokaždé, dle Beavera (2005) má udržitelná forma cestovního ruchu následující aspekty:

- minimalizovat vliv na místní kulturu, ekonomiku, přírodu a prostředí,

- stavět s respektem a uvědoměním o prostředí a kultuře,
- vytvořit pozitivní zkušenost pro obě strany, jak návštěvníka, tak i hostitele,
- vytvořit přímé finanční výhody pro ochranu prostředí,
- vytvořit finanční výhody a možnosti pro místní obyvatele,
- zvýšit ohleduplnost k místní politice, prostředí a klimatu,
- podporovat mezinárodní lidská práva a pracovní smlouvy,

a pokud budou tyto aspekty dodržovány, tak své nároky na cestování nemusíme vůbec snižovat.

3.2 Venkovský cestovní ruch

Venkovský cestovní ruch patří mezi formy cestovního ruchu. Tento trend, zabývat se venkovem během dovolené, byl evidován na konci druhé poloviny dvacátého století. Byla to reakce na rozvoj masového cestovního ruchu a na postrádání původních zvyků v daných destinacích. K tomu se přidal zvyšující se zájem o environmentální problematiku a vznik nejrůznějších environmentálních organizací.

Venkovská turistika je z ekonomického hlediska velmi významná. Díky ní vznikají pracovní místa v regionech, které jsou často zasaženy vysokou nezaměstnaností, a tím zamezuje migraci do městských oblastí. Přináší do obcí potřebný kapitál na rozvoj např. infrastruktury. Tento kapitál se získává i z vybraných daní z nemovitostí, které se zde díky rozvoji cestovnímu ruchu postaví, či zrekonstruují. Dále venkovská turistika podporuje rozvoj malého a středního podnikání. Díky popularitě ubytování v historických objektech (mlýny, selská stavení apod.) dochází k zachování, obnově a rozvoji venkovského prostředí. Dle Hornerové a Swarbrookeho (1996, 403) „venkovský cestovní ruch pomůže zajistit životaschopnost evropských venkovských oblastí, z nichž mnohé jsou dnes v krizi.“ Podobně problematiku venkovského cestovního ruchu popisují Šimková (2008) a Foret s Foretovou (2008).

Česká republika mimo velká města má nízkou turistickou návštěvnost, neboť nemáme moře ani velehory. Na druhé straně ale má velký potenciál

v rurálním cestovním ruchu, který není využíván, tak jak by ve skutečnosti mohl být, dle Foreta a Foretové (2008, 101) „naše města a obce neumí spolupracovat při společné prezentaci, nevytvářejí společné produkty, nechápou, jaký význam pro ně může mít dobrá image regionu“. Velkou předností České republiky je to, že u nás najdeme velké historické a přírodní dědictví. Naše kultura je pevně spjatá s tradičními řemesly a velkým množstvím tradic.

Venkovský cestovní ruchu Ryglová (2009) dělí do dvou skupin, a to opakované rekreační pobyty a jednorázové turistické a rekreační pobyty. Mezi opakované rekreační pobyty řadíme chalupaření a chataření, které je charakteristické tím, že se jedná většinou o pobyt ve vlastních či pronajatých objektech. V České republice je tato forma velmi rozšířená a to hlavně díky tomu, že komunistický režim nedovoloval vycestovat za hranice našeho státu a tak lidé trávili svůj volný čas, dovolené a prázdniny na svých chatách a chalupách. Do jednorázových turistických a rekreačních pobytů řadíme vesnickou turistiku, která zahrnuje i agroturistiku, ekoturistiku, ekoagroturistiku, pěší turistiku.

3.2.1 Ekoturismus

Ekoturismus (někdy také ekoturistika) je způsob cestování, který je zaměřen na navštěvování přírodou vytvořených památek a v lidech často vyvolává potřebu přírodu chránit. Dle Ryglové (2009, 133) „je ekoturistika vymezována jako putování přírodou a její pozorování“. Uskutečňuje se převážně v krajinářsky a přírodně hodnotných oblastech jako jsou zejména CHKO, národní parky, přírodní rezervace apod. UNWTO rozděluje ekoturistiku na turistiku založenou na přírodě, založené na motivaci turistů přírodu pozorovat a obdivovat, a na ekoturistiku, která obsahuje kromě prvků poznávacích i prvky vzdělávací a interpretační.

Dle Zelenky a Páskové (2012, 136) ekoturismus „musí prosazovat environmentální etiku s dodržováním environmentálně udržitelného chování u jeho účastníků a aktérů; nedegraduje přírodní zdroje a nenarušuje přírodní ani kulturní a sociální procesy“. Pokud jsou dodržovány tyto nutné zásady, můžeme

považovat ekoturismus za udržitelnou formu cestovního ruchu. Pásková (2009, 166) nepovažuje ekoturismus za dílčí formu cestovního ruchu, nýbrž za přístup a filosofii cestování a tvrdí, že ekoturismus „může být provozován v kteroukoliv roční dobu, pěšky, dle možností terénu a nosnosti ekosystému i na kole, na koni, na lodi, v terénním vozidle autorizovaného průvodce či na běžkách“.

Pro zachování navštěvované krajiny v původním stavu a schopnosti k ní přistupovat s respektem a odpovědným přístupem je nutné se v dané oblasti vyznat. Pokud se návštěvník v dané oblasti nevyzná, je lepší si zaplatit průvodce, který většinou pochází z daného regionu a navíc je akreditovaný správou určitého území. Dle Páskové (2009, 167) „v Českých zemích není ekoturismus ještě zavedena, ale v zahraničí (zejména v chráněném území) se jedná o perspektivní formu cestovního ruchu“.

3.2.2 Agroturismus

Často se tomuto typu cestovního ruchu věnují lidé, kteří chtějí poznat způsoby zemědělství. Chtějí si sami vyzkoušet, jaké to je se starat o hospodářská zvířata či něco vypěstovat. Pro zemědělce je to dodatečný zdroj obživy. „Agroturistika je formou rurální (venkovské) turistiky a je cenným nábojem ekologického vztahu k životnímu prostředí“ (Ryglová, 2009, 134). Tato forma turistiky umožňuje lidem zvláště z městského prostředí vyzkoušet si činnosti, se kterými se v běžném životě nesetkají (výroba sýrů, obstarávání hospodářských zvířat, sázení a sklízení plodin apod.) a poznat kulturní dědictví venkova (lidové umění, tradiční řemesla, venkovskou architekturu, venkovské slavnosti apod.).

Agroturistika nabízí mnoho aktivit, jako jsou venkovní aktivity (rybaření na zamrzlých plochách, trempování, jízda na koni, horolezectví atd.), přímý prodej produktů, vzdělávání (školní exkurze, exkurze pro začínající farmáře, farmářské dovednosti, projekty pro rozvoj venkova), různorodé ubytování a zábavu (koncerty, festivaly a veletrhy, podnikové akce a oslavy, sochařské, malířské či hrnčířské dílny).

Například kanadská farma Smiling Hills Farm, s návštěvností pohybující se okolo 100 000 návštěvníků ročně, nabízí vedle klasického krmení zvířat, také exkurze, narozeninové oslavy, letní farmářský program, jízdu v kočáru a na saních, oslavu Halloweenu i jiných kanadských slavností, běžecké lyžování a bruslení. Aktivity na farmě se liší dle regionu, kde se farma nachází, a co je pro daný region typické. Například farmy na severozápadě USA pořádají exkurze na sněžných skútrech, v Texasu je populární lov, v Nebrasce práce na ranči. (Leisure Market Research Handbook, 2012)

3.2.3 Ekoagroturismus

Zvláštní formou agroturistiky je ekoagroturistika. Má velmi podobné znaky jako agroturistika, jen účastník tohoto cestovního ruchu vyhledává ekologicky hospodařící farmy. Hlavním motivem je vidina chemicky neošetřovaných plodin, mnoha lidmi vnímaných jako zdravé potraviny, a šetrnost k životnímu prostředí zajištěná původními způsoby hospodaření. Dle Zelenky a Páskové (2012, 130) se jedná o formu cestovního ruchu „jejíž účastníci jsou motivováni pobytem na rodinných farmách, zabývajících se alternativním zemědělstvím (ekologickým zemědělstvím)“. Dle Francové (2003) je ekoagroturistika „definována jako kombinace ekoturistiky a agroturistiky“.

Podobně jako v agroturismu i zde je hlavní náplní pobytu účastníka konzumace potravin ze zdrojů farmy, práce na ní, účast na jiných aktivitách prováděných na dané farmě a také kontakt s přírodou. Rozdíl je v tom, že kontakt s přírodou by měl být šetrný k životnímu prostředí a aktivity na farmě a produkty na ní vypěstované by měly být v souladu s ekologicky šetrným zemědělstvím. „Ekologické zemědělské systémy zdůrazňují od svého počátku soulad zemědělců s přírodním systémem“ (Šarapatka, 2010, 22). Do těchto systémů patří přírodní zemědělství, které bylo „prvním organizovaným systémem hospodaření podle zásad reformy života s určitým návratem k přírodě“ (tamtéž), dále pak biodynamické zemědělství, které znamená v praxi změnu v „hospodaření s krmivy, přestavba osevních postupů s vyšším podílem tykvovitých rostlin, omezené pěstování plodin s vysokými nároky na živiny, starostlivou péči o hnůj, kompostování a používání dalších organických hnojivých látek“ (Šarapatka, 2010, 23). Dalším ekologicky šetrným

hospodařením je organicko-biologické zemědělství, kde je doporučováno „co nejdelší pokrytí půdy zeleným porostem, používání zeleného hnojení, užití širokého spektra plodin v osevném postupu, používání horninových mouček a později i biologických způsobů ochrany rostlin“ (tamtéž). Díky podpoře ekologického hospodaření Evropskou unií (EU) se v EU ekologicky hospodaří na 4,3 % zemědělské půdy. (Šarapatka, 2010)

3.3 Venkov jako destinace cestovního ruchu

Než se budeme věnovat venkovu jako destinaci a tomu, co je pro turisty na venkově tak zajímavé, bylo by vhodné vysvětlit, co obecně znamená destinace cestovního ruchu (dále už jen destinace). Dle UNWTO destinace představuje „místo, kde turista stráví minimálně jednu noc. Destinace zahrnuje turistické produkty, jako jsou podpůrný servis a atrakce (...)“. Destinace, nebo lépe řečeno to, co se v ní nachází, je důvod, kvůli kterému turista přijede do dané oblasti. Z Olomouce nedělá atraktivní destinaci zeměpisná šířka a délka, v které se nachází, to bychom mohli předpokládat o chorvatském Splitu. To co dělá Olomoucí zajímavou, může být například Sloup Nejsvětější trojice, řeka Morava nebo olomoucké tvarůžky. Atraktivitami v dané destinaci mohou být přírodní nebo historická památka, geografická poloha, místní kultura, jazyk nebo hotel se svými službami. „Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací“ (Kirářová, 2003, 15), je to místo, které tím, co se tam nachází, láká lidi právě na toto místo přijet. Destinace je navzájem propojený celek, který obsahuje i „vzájemně si konkurující jednotky, jejichž společným cílem je prodej služeb“ (Ryglová, 2009, 153) a díky tomuto neustálému konkurenčnímu boji se zvyšuje atraktivita celé destinace.

Pokud chceme do daného místa, kterým může být i například hotel či farma, přilákat co nejvíce lidí, musíme zvyšovat atraktivitu daného místa. Nemusí to být hned postavení hradu vedle na pozemku, stačí malé změny, díky kterým se bude návštěvník v daném místě cítit dobře. Ke zvýšení atraktivnosti destinace můžeme použít marketingovou strategii, která si dle Ryglové (2009, 157–158) klade tyto cíle:

- „budovat image místa,
- posilovat identifikaci obyvatel s obcí,
- poskytovat přístup k informacím o obci a jejích správních a samosprávních institucích,
- vytvářet podmínky pro uplatnění nápadů a připomínek občanů,
- usilovat o optimální komunikaci s veřejností, o maximální informovanost občanů“

Venkov dle Jandourka (2001, 271) je „prostor mimo městské osídlení, vyznačující se nižší hustotou obyvatel žijících především ve vesnicích, převážně se zemědělskou produkcí, spojený se zvýšenou závislostí na přírodě, tradičnějším životním stylem, vyšší soc. kontrolou, menší soc. heterogenitou, sníženou profesní nabídkou.“ Venkov má několik oblastí, které pomáhají jeho rozvoji a díky kterým se pro spoustu lidí stává stále atraktivnější destinací. Právě na jedinečné znaky venkova by se měl zaměřit místní rozvoj se svou marketingovou strategií, pokud chce oblast venkovského cestovního ruchu nadále rozvíjet. Dle Foreta a Foretové (2008) je jedním z jedinečných znaků venkova prostředí, ve kterém se venkov nachází, kde mezi nejcennější lákadla patří výskyt vodních ploch, hor, různých přírodních útvarů, výskyt rostlin a živočichů. Z tohoto vyplývá, že velká pozornost by se měla věnovat ochraně místního přírodního prostředí, které pokud si nezachová svou krásu, tak ani sebelepší služby nezachrání od odlivu turistů. Zcela souhlasím s tvrzením Štýrského a Šípka (2011, 23): „Je nutné přemýšlet ne již o vlivech ekonomického růstu na prostředí – ale o vlivu ekologického stresu – degradace půd, vodního režimu, ovzduší a lesů na perspektivy hospodářského rozvoje. Ekologie a ekonomika se stále více proplétají.“

Dále dle Foreta a Foretové (2008) jsou důležitou součástí venkova hmotné historické památky, jako stavby, sochy či parky. Způsob ubytování a stravování, kde platí: čím víc netradiční na dnešní dobu, ale o to tradičnější pro daný region, tím zajímavější. Mělo by se dbát na dopravní dostupnost pro příjezd a odjezd turistů, ale také na snadnější pohyb po regionu během jejich pobytu (cyklostezky, skibusy, lanovky). Nedílnou oblastí je i atmosféra místa, kterou vytváří nejen klidné a tiché prostředí, ale také lidé. Proto by místní

obyvatelé měli být srozuměni, proč je pro jejich region dobrý nový příliv turistů, aby i oni byli součástí příjemné atmosféry venkova.

„Tuto formu cestovního ruchu lze považovat za výhodnou, účelnou a společensky prospěšnou aktivitu, která v případě agroturistiky doplňuje zemědělskou výrobu, případně další obor podnikání“ (Šimková, 2008, 13). Pro venkov je cestovní ruch důležitý z hlediska ekonomického, z hlediska ochrany životního prostředí a ze sociálně-kulturního hlediska. Vytvořením pracovních míst se zvýší jednak ekonomika regionu, ale i sebevědomí místních obyvatel tím, že se zlepší jejich ekonomická situace. „Rozvoj venkovského cestovního ruchu a cestovního ruchu všeobecně, včetně jeho forem, pomáhá rozvoji venkova například budováním pěších tras, cyklostezek, farem/statků s alternativním hospodařením, místních muzeí a skanzenů, podporuje oživení tradičních řemesel a přináší pracovní příležitosti a další finanční prostředky pro podnikatele v zemědělství.“ (Orieška, 2010, 325) Vybudováním nových atrakcí se místním obyvatelům zvýší životní standard, neboť tyto atrakce jsou otevřené i pro ně. Díky turistům se obnovují místní kulturní tradice, řemesla a historie. A v neposlední řadě se stimulují investice do místní infrastruktury. Budují se silniční a železniční tratě, vodovody a kanalizace, dochází k větší elektrifikaci apod. Tato hlediska budou mít na místní region dobrý dopad jen v případě kvalitního managementu. To například znamená, že by se měly příjmy z návštěv turistů investovat do ochrany místního prostředí a také by se mělo apelovat na výchovu místních lidí a celé veřejnosti k ochraně životního prostředí.

V případě špatného managementu může mít cestovní ruch i negativní vliv a to v podobě znečištěného přírodního prostředí, vymírání živočišných a rostlinných druhů, ale také může venkov ztratit svou autenticitu, může dojít k jeho zkomercionalizování, tím že se tradice stanou prodejní komoditou. Může dojít ke střetu kultur, neboť cestovní ruch umožňuje setkávání lidí, kteří by se za normálních okolností pravděpodobně nesetkali. Může dojít ke standardizaci a s tím spojenému nárůstu skrytých nákladů a to hlavně v podobě importu, kdy návštěvníci požadují produkty, které v místním regionu nenajdeme. Další negativní ekonomický vliv může mít i sezónnost práce, kdy největší nápor

turistů je v období prázdnin, a je tedy zapotřebí velké množství pracovní síly, takže se na toto období zvýší zaměstnanost, ale po zbytek roku tyto lidi nikdo nezaměstná. Vliv na příliv návštěvníků má i ekonomická situace. V období krize klesají výdaje na dovolenou a to může mít fatální následky, pokud je místní region na turistech závislý. Šimková (2008, 70) tvrdí, že „vzhledem ke specifičnosti venkovské turistiky se musí k jejímu provozování přistupovat sociálně odpovědně (...), protože danou oblast není možné ekonomicky "vytěžit" a pak ji ponechat svému osudu“ a dodává, že „v zájmu zabezpečení synergického efektu všech jednotlivých komponent spokojenosti se vyžaduje uplatňovat systémový přístup při řízení cestovního ruchu, tedy i venkovského. Znamená to především systémovou spoluprací (partnerství) a efektivní systémovou komunikací se všemi zainteresovanými subjekty“ (Šimková, 2008, 67).

Zatím mnoho farmářů má agroturistiku jen jako přivýdělek a nejsou příliš závislí na přílivu turistů, takže jejich nedostatek jim tolik neublíží, ale na druhou stranu ani nedojde k takovému rozvoji regionu, k jakému by mohlo. Je tedy na regionálním destinačním managementu, aby dosáhl udržitelného rozvoje cestovního ruchu a aby zachoval jeho konkurenceschopnost na trhu. Dle Foreta a Foretové (2008), Šimkové (2008) a Királové (2003) v České republice není rozvoj domácího cestovního ruchu na takové úrovni jako v jiných evropských státech. Většina moravských a českých vesnic stále neumí využít svůj potenciál. Obyvatelé těchto oblastí se obávají negativních dopadů rozvoje cestovního ruchu a neuvědomují si jeho výhody. Dle Šimkové (2008) problém není jen na straně obyvatel, ale i na straně státu, který by měl podporovat zvyšování úrovně atraktivity v méně navštěvovaných oblastech, jako je tomu v jiných vyspělých státech (např. Německo, Švýcarsko). Velké dopady na tento špatný rozvoj má nedostatečná spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu a regionem. Proto by mělo dojít k lepší propagaci a to i za hranicemi státu, lepšímu čerpání grantů Evropské unie, podpoře specifických rysů mikroregionů, vzdělávání zaměstnanců a informování občanů a lepší spolupráci úřadů na všech úrovních.

3.4 Dobrovolnický cestovní ruch

Dobrovolnický cestovní ruch se stává stále populárnější a to díky své ekonomické nenáročnosti a také velkým možnostem získat nové znalosti, zkušenosti a známosti. „Do dobrovolnického cestovního ruchu spadá turista, který během své dovolené z různých důvodů cestuje organizovaným způsobem, aby poskytl dobrovolnou pomoc nebo zmírnil materiální nevybavenost určitým společenským skupinám, obnovil určité prostředí nebo prozkoumal aspekty společnosti či prostředí“ (Holmes, Smith, 2009, 22).

I u tohoto druhu cestování vznikly dle Holmese a Smitha (2009) podkategorie, které dobrovolnický cestovní ruch dále dělí na „volun tourism“, kdy pouze část cesty je určena pro dobrovolnické aktivity a dobrovolnictví je zde jako taková atrakce, možnost si vyzkoušet něco nového. Dále „volunteer vacation“, kdy většina cesty je určena pro dobrovolnické aktivity, dobrovolnictví je zde primární motivací pro cestování a hlavní aktivita v destinaci je časově omezena na týden až tři měsíce. Pokud pobyt trvá více jak tři měsíce a to až dvacet čtyři měsíců a zahrnuje kombinaci placené práce, cestování, dobrovolnictví a/nebo studium, pak tento pobyt nazýváme „gap year volunteering“, který má rostoucí trend v USA, na Novém Zélandu a Austrálii.

Skrz všechna pozitiva, která dobrovolnický turismus jako takový zajisté má (pomoc v místech, kde nezbývají peníze na zaplacení pracovní síly, předat znalosti a zkušenosti, interakce kultur apod.) si musíme uvědomit i jeho negativní důsledky, které jsou se zvyšující se oblíbeností této formy cestování stále častější. Jedním z rizik je interakce kultur, která je současně považována za jednu z velkých výhod tohoto turismu. Riziko je to kvůli tomu, že dobrovolník během své interakce s místními může negativně ovlivnit místní kulturu, pokud například dobrovolník lpí na svém životním stylu a svém bohatství.

Dalším negativem je skutečnost, že komerční segment dobrovolnického cestovního ruchu stále roste a dobrovolnický cestovní ruch již není jen záležitostí neziskového sektoru. Dobrovolník zaplatí za to, že mu agentura zprostředkuje práci zadarmo. Tyto programy většinou nezahrnují jídlo, dopravu, pojištění ani víza. Nejedná se o žádný drobný poplatek, jako tomu je

u neziskových organizací, který organizace potřebuje k tomu, aby mohla fungovat. Ceny zájezdů se pohybují řádově ve stovkách liber. Tyto služby nabízí například cestovní kancelář „i-to-i“. Tento segment se spíše zaměřuje na svůj profit, nežli na potřeby místních komunit a na atraktivnost nabízených prací.

Dle Guttentaga (2009) dalším negativním vlivem může být to, že mnoho dobrovolníků nemá zkušenosti s danou prací. Což se potvrdilo i po rozhovoru s majiteli jedné farmy, která se účastní WWOOfu, Vojtěchem a Lenkou Veselými. Dobrovolníci chtějí být sice užiteční, ale protože danou práci neodvedou správně, tak bývají spíše na obtíž. Většinou se danou prací jsou schopni během pobytu naučit. Pak je zde další problém, pobyt dobrovolníka bývá příliš krátký a jen co daný úkol začne dobrovolník ovládat tak, aby byl užiteční, tak jeho pobyt končí a on odjíždí. Pak se stává, že hostitel nedělá nic jiného, než že jen zaučuje stále dokola nové dobrovolníky.

Dobrovolnický cestovní ruch sebou nese i riziko, že se v některých regionech sníží nabídka práce. „Mnoho dobrovolnických projektů je založeno na neodborné práci, tak dobrovolnický cestovní ruch často odvádí práci, kterou by místo toho mohli dělat místní“ (Guttentag, 2009, 544). Zaměstnavatelé si uvědomili, že nemusí platit místním lidem mzdu, místo toho nabídnou práci turistům, kteří ji odvedou za poskytnutí stravy a ubytování. To nejen že zvyšuje nezaměstnanost, ale i závislost daného regionu na pomoci z venku. K zvyšování závislosti regionu na pomoci zvenku dochází i tím, že v rámci humanitární pomoci přijedou experti na daný problém, zaškolí dobrovolníky a zase odjedou a dobrovolníci po splnění úkolu odjedou s nimi. Proto se přechází na jiný postup, kdy experti vzdělávají především místní obyvatele a předávají jim své „know-how“ a až místní obyvatelé zaučují dobrovolníky v daném úkolu. To má vliv na to, že se regiony stávají nezávislými na pomoci zvenčí.

Každý projekt je jiný, a proto není jednotné řešení pro všechny. Je nutné, aby si organizátoři projektů umožňujících dobrovolnické příležitosti byli vědomi možných negativních rizik pro komunitu a snažili se jejich riziko minimalizovat.

4 WWOOF

WWOOF je zkratka anglického názvu celosvětové sítě World Wide Opportunities on Organic Farms, což do českého jazyka můžeme přeložit jako „celosvětové příležitosti na ekologických farmách“. Náplň WWOOFu je ta, že dobrovolník neboli WWOOFer přijede na vlastní náklady na farmu, kterou si předem vybere z databáze WWOOF farem a tam pracuje bez nároku na mzdu a je mu zde zdarma poskytnuta strava a ubytování. Tento systém umožňuje výměnu zkušeností, dovedností a znalostí. „Jedním z hlavních cílů systému WWOOF je poskytnout lidem možnost k získání zkušeností v ekologickém zemědělství.“ (www.woof.cz). Tento hlavní cíl tedy napovídá, že hlavním motivem pro WWOOFing je získávání nových zkušeností.

WWOOF řadíme do dobrovolnického cestovního ruchu a je provozován organizovanou formou. Tento systém byl založen v Anglii v roce 1971 Sue Coppardovou, která „si všimla potřeby vytvořit přístup na venkov pro lidi, jako byla ona sama, kteří jinak neměli prostředky či příležitost a měli velký zájem podpořit ekologické hnutí“ (www.woof.org). Původně šlo jen o pracovní víkendy na organické farmě Emerson College v Sussexu pro čtyři lidi, za účelem poznání tradic a zvyklostí venkova a na chvíli se vymanit z městského prostředí. Tyto víkendy měly velký úspěch a postupně se přidávaly další farmy a další dobrovolníci. Vznikla tak skvělá příležitost seznámit se s venkovským prostředím, s novými lidmi a vyměnit si zkušenosti a znalosti. Postupně se WWOOFing rozšířil i do ostatních zemí. V roce 2000 se uskutečnila první mezinárodní konference, které se účastnili reprezentanti z 15 zemí a kde se specifikovalo, co znamená být WWOOFer, specifikovaly se podmínky WWOOFingu a také podmínky pro hostitelské farmy. Na této konferenci se věnovali i otázce, jak WWOOFing rozšířit do dalších zemí, což v následujících letech umožnilo vznik nových národních organizací. V současné době se WWOOF odehrává v 97 zemích. Rozšířením myšlenky WWOOF po světě se tato organizace snaží vytvořit lepší vztah k ekologickému zemědělství. Organizace v jednotlivých zemích informují své členy o novinkách v ekologickém zemědělství, jako jsou například nové způsoby hospodaření nebo nabídky práce či tréninků zaměřené na tuto problematiku.

Jsou dva druhy organizování WWOOFingu. První způsob je takový, že jednotlivé země mají své vlastní organizace, které sdružují jednotlivé farmy a dobrovolníky. Těchto zemí je 56 (údaj ke dni 8. 4. 2013, nalezený na stránkách www.woof.org). Druhým způsobem organizování je WWOOF Independents, který sdružuje země, které nemají z různých důvodů (např. nízký počet farem) svou vlastní organizaci. Těchto zemí je 41 (údaj ke dni 8. 4. 2013, nalezený na stránkách www.woof.org). Oba druhy mají své výhody a nevýhody. Pokud se člověk zaregistruje ve WWOOF Independents zaplatí jeden poplatek a má přístup do databáze farem různých zemí najednou. Toto neplatí v zemích, které mají vlastní národní organizaci, zde je nutné se pro přístup do databáze farem zaregistrovat do každé organizace zvlášť a v každé zemi zaplatit poplatek umožňující registraci. Není možné získat jednotné členství pro všechny země. Poplatky jsou minimální, pohybují se okolo 25 \$ až 50 \$. Jsou nutné k vedení jednotlivých databází, internetových stránek a fungování jednotlivých organizací. Byť se může jevit nutná registrace do každé země zvlášť jako nesmyslná a že lepší by byla jedna organizace zaštiťující všechny země a s tím spojena jen jedna registrace a jeden poplatek, tak opak je pravdou, tento systém má své opodstatnění. Systém jednotlivých národních poboček umožňuje snadnější a méně nákladnou kontrolu farem a dobrovolníků a jednodušší komunikaci s jednotlivými subjekty. Jednotlivé organizace dohlížejí na dodržování hlavní myšlenky WWOOFu a řeší případné komplikace, které mohou během pobytu nastat.

Na internetové stránce www.woof.org je popsáno, jaké jsou předpoklady pro účastníky WWOOFu. Farma by měla provozovat ekologické zemědělství, ale certifikáty prokazující tento způsob zemědělství nejsou nutné, dále by měla být schopna zprostředkovat své zkušenosti se zemědělstvím a v neposlední řadě mít čisté a suché zázemí, které může dobrovolníkům poskytnout k ubytování. K tomu, aby se člověk stal WWOOFerem je potřeba především zájem o ekologické zemědělství a o venkovský životní styl a ochotu pomoci na farmě s každodenními povinnostmi, a to v rozsahu dohodnutých hodin.

Způsob práce, ubytování, strava a způsob zemědělství na jednotlivých farmách se liší. Každá organizace má své vlastní podmínky pro přijetí farmy, které jsou v každé zemi jinak přísné. Proto má každá organizace svou databázi, kde jsou všechny farmy uvedené a kde je popsáno, jak která farma funguje a jaké je její hospodaření, jaké jsou zde možnosti práce, ubytování a stravy.

Dle McIntoshové a Bonnemannové (2006, 82) pro pobyt na WWOOF farmě jsou charakteristické následující čtyři aspekty: „vesnická zkušenost, šance dozvědět se informace o ekologickém hospodaření, upřímnost a autentičnost zážitku“. To dle McIntoshové a Bonnemannové poukazuje na rozdíly v pobytu na WWOOF farmě a komerční farmě, na které prý nelze prožít něco podobného. Tento rozdíl je způsobený rozdílnou motivací a rozdílnými hodnotami majitelů farem. McIntoshová a Bonnemannová (2006, 84) popisují zážitek, který je možné získat během WWOOFování na Novém Zélandu takto: „hlavní zážitek, který chce WWOOF hostitel nabídnout, zahrnuje možnost vyzkoušet si alternativní životní styl, možnost výchovy, naučit se o organickém zemědělství a možnost pobytu s ‚opravdovým‘ obyvatelem Nového Zélandu“. Tento autentický zážitek od komerčního pobytu můžeme jen těžko očekávat. Komerční farmář chce, aby se pobyt líbil a host se mu zase vrátil a opět zaplatil za jeho služby. Totéž platí u WWOOF farmáře. Ten chce také pobyt WWOOFerovi co nejvíce zpříjemnit, ovšem v takových mezích, aby to nenarušilo přirozený chod farmy, vše záleží na domluvě. Komerční farmář udělá vše, co host očekává a pobyt přizpůsobí jeho představám, tím se autentičnost vytratí.

4.1 WWOOF v České republice

V České republice a na Slovensku je WWOOF od roku 2002, a to pod organizací AREA viva. V roce 2011 vznikl koordinátor pro Slovensko, tím se stala slovenská organizace SOSNA. Vznik slovenské organizace byl nutný vzhledem k velkým nákladům a časové náročnosti kontrol farem na Slovensku českým koordinátorem. Dalším důvodem pro rozdělení československého WWOOFingu bylo to, že organizace AREA viva nezvládala z časových a ekonomických důvodů rozšiřovat WWOOF na Slovensku. To zapříčinilo, že v

databázi farem byly zaregistrované pouze dvě slovenské farmy, přičemž potenciál pro WWOOF na Slovensku je zajisté větší.

Českého WWOOFingu se v současné době účastní 61 farem (údaj ke dni 8. 4. 2013, nalezený na stránkách www.woof.cz). Členství je v současné době bezplatné a to od roku 2010. Předtím byl poplatek pro WWOOFery stanoven na 250 Kč pro jednotlivce. Je možné cestovat i v páru, registrace páru pak vyšla na 350 Kč. Toto členství je bezplatné od roku 2010, dle informací, které nám poskytl Vojtěch Veselý, je pro bezplatné členství několik důvodů. Prvním z nich byl rok dobrovolnictví v roce 2010. Dalším bylo zdržování, které způsobovala komunikace s WWOOFery o tomto poplatku. Bezplatné členství umožnilo i urychlení celého procesu. WWOOFer po registraci se automaticky dostává do databáze farem, a může tedy hned druhý den vyjet. V neposlední řadě to byla vidina nárůstu počtu dobrovolníků, což splnilo tato očekávání. WWOOFerů bylo před bezplatným členstvím dle Veselého 300/rok a nyní to je kolem 1400. To způsobilo dostatečný příliv dobrovolníků na farmy. Odhadnout kolik WWOOFerů se na farmu ve skutečnosti vydá, prý nejde.

V dubnu 2012 byly koordinátorem českého WWOOFingu definovány pravidla českého WWOOFingu. Tato pravidla jsou spíše doporučeními, která se nemusí dodržovat, je možné, aby se WWOOFer a hostitel na pobytu dohodli individuálně. Pokud s odklonem od těchto pravidel souhlasí obě strany, není odklon od pravidel překážkou k pobytu. V pravidlech je stanoveno, že hostitel i WWOOFer může využít zkušební lhůty, která je stanovena na tři dny, kdy se mohou obě strany rozhodnout, zda v pobytu WWOOFera pokračovat, nebo ne. Samozřejmě lze pobyt i po vypršení zkušební lhůty kdykoliv ukončit. Pracovní doba se stanovila na 7 hodin 5 dní v týdnu nebo na 6 hodin 6 dní v týdnu a měla by být naplněna smysluplnou činností související s ekologickým zemědělstvím. Strava zajišťovaná hostitelem by měla být třikrát denně. Minimálně jedno z jídel by mělo být teplé. Ubytování by mělo být minimálně na matracích, umístěných na suchém, čistém, klidném a teplém místě. WWOOFer by měl informovat hostitele o užívaných lécích a o svém zdravotním stavu. Hostitel není povinen zajistit dopravu ani internetové připojení WWOOFerovi. Zvířata a děti si může WWOOFer vzít pouze na základě souhlasu hostitele.

Tato pravidla byla sepsána za účelem minimalizování konfliktů během pobytu, a aby byly ujasněny povinnosti obou stran. Stále se ale předpokládá, že WWOOFer a hostitel se na všem domluví a že informace, které hostitel vyplní ve svém profilu v databázi farem, jsou pravdivé a hostitel nic nezamlčel. Tato pravidla jsou k dispozici k přečtení na každé WWOOF farmě.

Kritéria pro zařazení farmy do databáze nejsou nijak přísná. V zásadě platí, že by se mělo jednat o farmu s ekologicky šetrným hospodařením. Protože český WWOOFing farmami „nepřekypuje“, je velká benevolence ze strany českého koordinátora pro zařazení různých typů farem. Předpokládá se, že farma náplň práce uvede ve svém profilu, a tak sám WWOOFer se může rozhodnout, zda ho tato práce zajímá nebo ne. Registrace farem zpoplatněna je, a to ve výši 500 Kč za rok. Koordinátor českého WWOOFu, ani hostitelská farma nejsou pojistiteli WWOOFera. WWOOFer je během svého pobytu brán jako člen rodiny a měl by respektovat zaběhlá pravidla hostitelovy domácnosti. Hostitel se přizpůsobit může, ale naruší to hlavní výhodu WWOOFu, a to autentičnost pobytu.

5 Motivace

Motivace způsobuje to, že chování nemusí být v podobných situacích stejné, což potvrzuje Nekonečný (1997, 107): „motivace vysvětluje variabilitu chování, která není závislá na kognitivních klíčích a některých dalších faktorech, jako je zrání, učení apod., vysvětluje tedy jeho variabilitu s ohledem na zaměření, sílu a časové charakteristiky chování“. Motivace není určena vyhodnocením ani vnímáním situace dokonce ani mentálním vývojem člověka, nýbrž její sílou a zaměřením. Samotná motivace k danému chování ale nestačí. To, jak se člověk zachová, určuje mimo motivace také jeho přesvědčení, zda daného cíle dosáhne a jakou hodnotu má pro něj daný cíl. Pokud chceme někoho motivovat, musíme použít jen takové vnější podněty, které mají vztah k trvalým nebo aktuálně vytvořeným motivům.

Dle psychologického slovníku (Hartl, 1993) je motiv, pohnutka, příčina činnosti, zatímco motivace je pohnutka k jednání. Motivy mají intrapsychickou povahu, nemůžeme tedy vnější objekty označovat jako motivy. Z toho vyplývá, že například peníze nejsou motiv, ale jen prostředek jak dosáhnout životních cílů (např. koupit si auto) či cílových reakcí (radost z vydělaných peněz). Motivy jsou jádrem motivace. Jsou to „vnitřní stavy, struktury, jímž je imanentní obvykle získaný, naučený vzorec uspokojení“ (Nekonečný, 1997, 108). Motiv je psychologický smysl uspokojení, příčinou nějakého chování je potřeba, která je reakcí na nějaký nedostatek, z níž se pak rozvíjí proces motivace. Hlad je potřeba, motiv je zbavit se nepříjemného stavu hladovění, a díky tomu jsme motivováni sehnat si potravu. Dle Nekonečného (1997) dělíme potřeby do dvou skupin, a to na biologické nebo také fyziologické (potřeba vzduchu, pocit únavy, svědění apod.) a na psychogenní, sociogenní, psychologické (potřeba převyšování jiných, potřeba ocenění, ospravedlnění svého jednání apod.). Konečnou fází této reakce je uspokojení. Na uspokojení fyziologické a sociogenní potřeby nám stačí redukce této potřeby a v situacích nedostatku stimulace (např. nedostatečné ocenění) probíhá uspokojení skrz indukci vzrušení.

Hodnotu dosahovaného cíle ovlivňuje velikost odměny, kterou nabízí dosáhnutí cíle, obtížnost dosažení cíle a síla potřeby. Platí tedy, že čím větší

odměna za dosažení cíle a tedy uspokojení potřeby, tím je větší i naše snažení, jinak nazýváno anticipace hodnoty uspokojení.

Psychologové rozlišují dle Nekonečného (1997) dva principy motivace: hédonistický a princip ekvilibria. Hédonistický princip motivace je založený na předpokladu, že trestu (strasti) se člověk vyhýbá a odměnu vyhledává, neboť díky ní může dosáhnout slasti. Dítě je motivováno k učení strachem z tělesného trestu, který přijde v případě špatné známky anebo sladké odměny v případě známky dobré. Za to při principu psychického ekvilibria se člověk snaží dosáhnout vnitřní psychické rovnováhy. Tedy člověk se snaží dosáhnout stavu, kdy nebude mít v sobě žádné vnitřní rozpory, což vytváří optimální podmínky existence. Na rozdíl od biologické rovnováhy, kdy dochází k ideálním podmínkám, zde jde jen o odstranění rozporů. Člověk, který si uvědomí, že pokud se nebude hýbat, tak mu hrozí nebezpečná onemocnění, se na základě tohoto uvědomění jednou za týden projde. Tento člověk bude spokojen, neboť odstranil rozpor, který měl v sobě, ze svého pohledu odstranil hrozbu onemocnění. Tento stav psychické rovnováhy mu vydrží do té doby, než mu někdo vysvětlí, že pohyb jednou týdně s takto nízkou intenzitou je nedostačující prevence.

Motivace „podléhá vlivům kulturního a sociálního prostředí, v němž žijeme, především pak vlivům výchovy,“(Nekonečný, 1997,106) a platí, že „u příslušníků všech kultur vystupují tytéž biologické potřeby (hlad, sex, odpočinek), ale směřují k různým způsobům uspokojování“ (Nekonečný, 1997, 107). Toto vysvětluje, proč je tolik druhů kuchyní (indická, italská, česká), které uspokojují pro všechny stejnou biologickou potřebu hladu.

„Vývoj motivačních systémů probíhá (...) od vrozených instinktů přes naučené zvyky (adaptace a averze) až po aktivní volní regulaci chování, v níž se uplatňují již vývojově vyšší hodnotové orientace, které ovlivňují rozhodování ve volbě prostředků i cílů“ (Nekonečný, 1997, 115). Z toho vyplývá, že člověk se může chovat na základě vrozených instinktů (dýchání, obrana) nebo naučených zvyků (čištění zubů, dopravovat se do práce autem), ale také se může rozhodnout, že něco udělá jinak než doposud, pokud k tomuto chování dostane

dostatečně silný impuls (místo obrany zvolí útok nebo si zuby po náročném večeru nevyčistí).

5.1 Motivace v cestovním ruchu

Cestování je s lidstvem spojeno od nepaměti, ale motiv k přemísťování se z místa na místo se během historického vývoje velmi měnil. Dle Vystoupila, Šauera, Holešínské a Metelkové (2006) se v období pravěku lidé stěhovali především z důvodu přežití čili za potravou a lepšími životními podmínkami. Ve Středověku došlo k rozvoji obchodních cest, zejména do Afriky, Asie a na Blízký východ, a to díky rozvoji směnnému obchodu, který byl díky rozvíjejícím se dovednostem na vzestupu. V Egyptě byly hlavním motivem k cestě pracovní povinnosti vládních úředníků, kteří vybírali daně od občanů. Vystoupil et al. (2006) považuje za prvního řeckého účastníka cestovního ruchu geografa a historika Hérodota, který cestování využíval k poznávání zvyků a tradic, léčebným účelům a k poutím ke chrámům bohů. To jsou velmi podobné motivy motivům dnešního cestování. Římská záliba v lázeňských termálních pramenech dala podnět k rozvoji lázeňského cestovního ruchu. V době středověku kvůli zániku Římské říše se stalo cestování obtížné a nebezpečné, a tak jedni z mála, kdo v té době cestovali, byli poutníci, kteří se vydávali do náboženských center, jako je například Řím či Santiago de Compostela. Mezi 14. a 17. stoletím se zvyšuje zájem o studium v zahraničí, a tak mnoho mladých „odchází do světa na zkušenou“. Největšími lákadly jsou univerzity Oxford a Cambridge nebo španělská univerzita Salamanca či Sorbonna v Paříži. První touha po zážitcích z přírody se rozvíjí kolem roku 1732, kdy přírodovědci J. J. Scheuchzer a Albert von Haller napsali svou osvícenskou báseň Alpy. Zájem o přírodu dále rozvíjeli spisovatelé a básníci Byron, Ruskin a Goethe. „Významný vliv na motivy cestování měla průmyslová revoluce, jejíž dopady se projeví i v jiných oblastech lidské činnosti. Z pohledu cestovního ruchu může být 19. století označované jako přechod od cestování k cestovnímu ruchu.“ (Vystoupil, Šauer, Holešínská, Metelková, 2006, 46). Tato revoluce měla vliv především na rozvoj dopravy a na rozvoj blahobytu společnosti, čemuž přispělo i zavedení pevné pracovní doby a s tím spojený nárůst volného času. Za první vlašťovku organizovaného cestovního ruchu můžeme považovat Thomase

Cooka (1809–1892), „který jako první organizoval skupinové cesty, tzv. hromadné poznávací zájezdy do různých koutů Evropy, později světa“ (Vystoupil, Šauer, Holešínská, Metelková, 2006, 46). Takže od 19. století se hlavním motivem pro cestování stala rekreace; regenerace sil a poznávání a uskutečňování volnočasových aktivit.

Dle Václavíka (2008) jsou současné nejčastější důvody, proč lidé jezdí na dovolenou, tyto:

- vznik a upevnění vztahů (například rodinných vztahů, na které nezbývá v běžném životě čas nebo touha najít nové přátele či partnera),
- zlepšení zdraví a celkové pohody, odpočinek a relaxace,
- dobrodružství, něco nevšedního, únik z reality,
- poznávání (zdokonalit se v cizím jazyce, poznat kulturu, objevit nové jídlo, poznat tradice a zvyklosti, sebepoznání a duchovní prožitky),
- nové příležitosti (oslava důležitých životních mezníků),
- šetření peněz nebo času (čas a peníze jsou hlavním faktorem při výběru dovolené),
- vzpomínky (například místa připomínající prožité dětství).

Dle motivů k cestování rozdělujeme formy cestovního ruchu. Toto rozdělení je dle Vystoupila, Šauera, Holešínské a Metelkové (2006), kteří použili rozdělení P. Berneckera, který rozlišuje následující formy:

- Rekreční cestovní ruch; účelem je fyzická a duševní regenerace. Jde o jednu z nejstarších a nejrozšířenějších forem a patří sem příměstská rekreace a pobyty na dovolené, ale i lázeňský cestovní ruch.
- Kulturní cestovní ruch; specifický poznáváním jiných kultur, zvyků, tradic, životních způsobů, ale i náboženství apod. Patří sem i vzdělávací cestovní ruch, „který je motivován získáváním znalostí a dovedností v navštívené destinaci na vlastní náklady návštěvníka nebo organizací, institucí v zemi trvalého bydliště návštěvníka“ (Vystoupil, Šauer, Holešínská, Metelková, 2006, 35), můžeme sem zahrnout i v této práci rozebíranou agroturistiku.

- Společensky orientovaný cestovní ruch; hlavním motivem je společenské setkání, ať už s příbuznými a známými nebo s lidmi podobně smýšlejícími a s podobnými zájmy, jako je tomu u tzv. klubového cestovního ruchu.
- Sportovní cestovní ruch; obsahuje dvě další formy, a to cestovní ruch s aktivní sportovní činností a pasivní sportovní činností, kdy v prvním případě se jedná o pobyt se sportovní náplní a v tom druhém případě jde o tzv. sportovní diváctví, například návštěva Olympijských her, Mistrovství Evropy ve fotbale atd.
- Ekonomicky orientovaný cestovní ruch; pobyt motivován především ekonomickými, resp. profesními aspekty, patří sem obchodní cesty, návštěvy kongresů, konferencí či seminářů, návštěvy výstav a veletrhů, kde se předpokládá vyvolání zájmu o vystavované produkty a také incentivní cestovní ruch, kterého využívají zaměstnavatelé, aby motivovali, stimulovali či odměnili své zaměstnance.
- Specificky orientovaný cestovní ruch; sem spadají všechny ostatní motivy účastníků, jde například o nákupní, politický či vojenský cestovní ruch.

5.2 Motivace v dobrovolnickém cestovním ruchu

Motivací v dobrovolnickém cestovním ruchu je mnoho a liší se účastník od účastníka. Nic méně je to právě motivace, co rozhoduje, zda tento druh cestování bude či nebude užitečný pro dobrovolníka, ale i pro hostitele.

Harng Luh Sin z National University of Singapore provedl průzkum, kdy udělal rozhovory s jedenácti studenty National University of Singapore, kteří jeli skrz školní program „Action Africa“ do Jižní Afriky pomáhat místní komunitě. Tyto rozhovory byly zaměřené na motivaci účastníků, „rozhovory pro tento výzkum odhalily, že klíčové motivy se často točily kolem ‚já‘“ (Sin, 2009, 488). Z výsledků, které zveřejnil v roce 2009, vyplývá, že většina účastníků měla hlavní motivaci vycestovat ze Singapuru, a to co nejdále, a poznat jinou kulturu, kterou lépe poznají, pokud budou pomáhat místní komunitě, než jako řadoví turisté. Chtěli zbourat stereotypy, které o Africe kolují, tím že poznají jaká země doopravdy je a zažijí autentické zážitky. Jen dva dobrovolníci z jedenácti

odpověděli, že jejich hlavní motivací bylo přispět dané komunitě. Pro ně nebylo důležité, kam jeli, ale jaké má komunita problémy. Dalším motivem bylo překonat vlastní zábrany a dokázat si, že něco takového zvládnou. Většina z nich nic podobného ještě neudělala. Byla to pro ně výzva. Poslední motiv, který Sin rozpoznal, byl ten, že tento způsob cestování je výhodnější, a to jak z hlediska pohodlí, tak i z hlediska peněz. Účastníci by neměli odvahu se vydat do této země na vlastní pěst, a pokud by se vydali, tak by to bylo mnohem nákladnější. Dle Sina by si organizátoři podobných projektů měli toto uvědomit a měli by vybalancovat možnost díky dotacím na dobrovolnický ruch vyjet a být užitečný s „možností, že mladí jednoduše využívají dobrovolnický cestovní ruch k tomu, aby na levnou dovolenou a nemají jediný zájem na tom, pomoci místní komunitě“ (Sin, 2009, 491).

Motivů pro dobrovolnický cestovní ruch je několik, převažují již výše zmíněné (poznat kulturu regionu, být užitečný, zažít něco netradičního, nízké náklady), velmi častý motiv je dozvědět se či naučit a vyzkoušet něco nového, získat nové znalosti či sociální kontakt. Je velmi důležité, jaký motiv u dobrovolníka převládá, neboť stačí jen trocha a z užitečného dobrovolníka se stane „slon ležící v obývacím pokoji“. „V mnoha studiích, které se zabývaly motivací turistů dobrovolnického cestovního ruchu, se často ukázalo, že účastníci nejsou jednoduše motivováni altruismem, ale převážně osobními důvody“ (Guttentag, 2009, 540). Proto se doporučuje, aby si vysílající organizace určily skutečné hodnoty, aby se z projektů staly spíše zkušenostní pobyty nežli zážitkové, a tím se usnadnila možnost interakce různých kulturami.

6 Cíle práce

Tato práce si klade za cíl zjistit, jakou mají lidé motivaci k tomu cestovat pomocí dobrovolnického cestovního ruchu, a to právě skrz organizaci WWOOF. Dalšími cíli jsou tyto:

- jaký je motiv k tomu se zaregistrovat do české pobočky WWOOF,
- zjistit zda se liší motivace českých dobrovolníků od zahraničních dobrovolníků české pobočky,
- zjistit jaký má přínos tato forma turismu pro jeho účastníky,
- zdali účastníky tato forma turismu ovlivnila v nějakých oblastech a pokud ano tak či to bylo pozitivně či negativně,
- zjistit kvalitu služeb poskytovaných organizací WWOOF WWOOFerům,
- vytvořit profil WWOOFera WWOOFujícího v České republice, zjistit převládající osobnostní charakteristiky jako je věk, vzdělání či znalosti v zemědělství a podobně a co je pro ně charakteristické vzhledem k WWOOFu.

Tato práce vychází z toho, že česká organizace WWOOFu uvádí WWOOF jako příležitost pro získání nových zkušeností o ekologickém hospodaření, poskytnutí výpomoci, pobyt a práce na venkově, seznámení se s lidmi z ekologického hnutí, aktivní odpočinek a kulturní porozumění mezi lidmi různých národností.

Dále tato práce vychází z toho, že motivy pro dobrovolnický cestovní ruch jsou poznat kulturu regionu, být užitečný, zažít něco netradičního, nízké náklady na pobyt, dozvědět se či se naučit a vyzkoušet něco nového a sociální kontakt.

7 Metodika

7.1 Analýza literatury

Tuto metodu jsem uplatnila především v teoretické části, pro kterou jsem potřebovala získat nové znalosti. To především v oblasti cestovního ruchu a motivaci v cestovním ruchu. V této oblasti mi byly velmi užitečné publikace zaměřující se na marketing cestovního ruchu například od A. Királové či M. Foreta a V. Foretové a učebnice cestovního ruchu od J. Vystoupila, M. Šauera, A. Holešinské a P. Metelkové. Pro upřesnění pojmů z oblasti cestovního ruchu jsem využila cizojazyčný slovník cestovního ruchu od A. Beavera.

Pro orientaci v oblasti motivace jsem čerpala informace z psychologického slovníku P. Hartla a psychologické encyklopedie M. Nekonečného.

Agroturismus a ekoagroturismus jsem analyzovala z publikací od T. Václavíka a E. Šimokové, která je zaměřené na rozvoj venkova a z článků K. S. Millera a S. Bauera.

Pro popsání dobrovolnictví jsem použila zákon o dobrovolnické službě č.198/2002 Sb. a publikaci psanou v angličtině pro účely Evropské unie o české infrastruktuře dobrovolnictví od M. Brože, J. Tošnera a H. Kuškové. O dobrovolnickém cestovním ruchu nebylo doposud napsáno mnoho knih, proto mi velkou oporou pro toto téma byla kniha vydaná v roce 2009 a napsaná K. Holmesem a K. Smithem. Dále už jsem pro tuto problematiku musela použít univerzitní databázi vědeckých článků, která mi umožnila přístup ke článkům, například H. L. Sina či A. J. McIntoshe a S. M. Bonnemanna.

Čerpat z literatury jsem nepotřebovala jen pro teoretickou část své práce, ale i pro výzkumnou, kde jsem potřebovala získat znalosti k tvorbě dotazníku. Zde mi byla velkým přínosem kniha od sociologa M. Dismana „Jak se vyrábí sociologická znalost“.

7.2 Komunikace se zainteresovanými subjekty

Pro správné popsání české organizace WWOOF jsem čerpala z jejich oficiálních webových stránek. Některé přesnější informace, které se týkají jejich strategie vývoje WWOOF u nás, jsem musela probrat osobně či emailem s jeho organizátory Vojtěchem a Lenkou Veselými. Také díky této komunikaci jsem získala emailové kontakty na dobrovolníky.

7.3 Komparace a syntéza

Výsledky ze svého dotazníku jsem srovnávala s dotazníky zahraničními a také z informacemi uvedené v odborné literatuře. Dále jsem srovnávala informace psané v odborných textech o této problematice, aby přehled mých poznatků byl co nejobektivnější.

Získané informace z analýzy literatury a také z komparace těchto informací a výsledků dotazníků jsem sjednotila a díky tomu jsem vytvořila teoretickou a výzkumnou část své práce. V teoretické části to je v podobě kapitol a ve výzkumné to jsou různé tabulky a grafy vytvořené na základě dat z dotazníků.

7.4 Empirické šetření

Zkoumaným subjektem byli všichni lidé zaregistrovaní v české organizaci WWOOF. Od této organizace jsem dostala na tyto členy emailové adresy. Členy jsem si rozdělila na ty, co žijí v České republice a na Slovensku, těm jsem poslala českou verzi dotazníku, a na ty, kteří žijí jinde v zahraničí, těm jsem poslala anglickou verzi dotazníku. Souhlas pro výzkum byl získán vyplněním dotazníku, v oslovujícím emailu jsem je upozornila, že se jedná o výzkum k bakalářské práci. Tento dotazník byl přiložen jako internetový odkaz, tím byla zajištěna i anonymita respondentů.

Jako empirické šetření jsem zvolila kvantitativní výzkum. Vzhledem k počtu respondentů a druhu dat, která jsem potřebovala zjistit, se mi jevil jako vhodnější než kvalitativní. Zvolila jsem online dotazník na serveru <http://www.kwiksurveys.com/>, který umožňuje bezplatně vytvořit dotazník, dále

umožňuje několik druhů otázek a také nabízí vyhodnocení získaných dat vytvořením grafů. Dále umožňuje rozdělení respondentů dle vámi určeného filtru, díky tomu bylo možné rozdělit odpovědi respondentů dle různých kritérií, například na ty, kteří svůj pobyt na farmě již uskutečnili, a na ty, kteří na farmě ještě nebyli.

Dotazníkového šetření obsahovalo 22 otázek a bylo rozděleno do tří částí: na otázky zjišťující demografické údaje respondentů, zkušenosti respondentů s WWOOFem a na závěr hodnocení WWOOFu respondenty. Plnou verzi dotazníku naleznete v příloze č. 1 v českém jazyce a č. 2 v anglickém jazyce.

Osloveni byli pouze dobrovolníci zaregistrovaní v organizaci WWOOFcz. Celkem tedy bylo osloveno 2507 respondentů, z toho bylo 905 Čechů a Slováků a 1602 dobrovolníků z jiných zemí. Dotazník byl vytvořen v březnu 2013. Toto šetření probíhalo od března do dubna 2013. Pro zvýšení návratnosti dotazníku, jsem dobrovolníky oslovila dvakrát asi s dvoutýdenním odstupem. Dotazník otevřelo 563 lidí, z toho dotazník vyplnilo 214 cizinců a 252 Čechů. Na poslední otázku, která se ptala na to, zdali by WWOOFerům pomohl při rozhodování, na kterou farmu se vydat vznik fóra, kde by mohli sdílet své zkušenosti, odpovědělo 174 anglicky mluvících respondentů a 196 českých respondentů. To tedy naznačuje, že celý dotazník dokončilo 370 oslovených WWOOFerů.

8 Výsledky

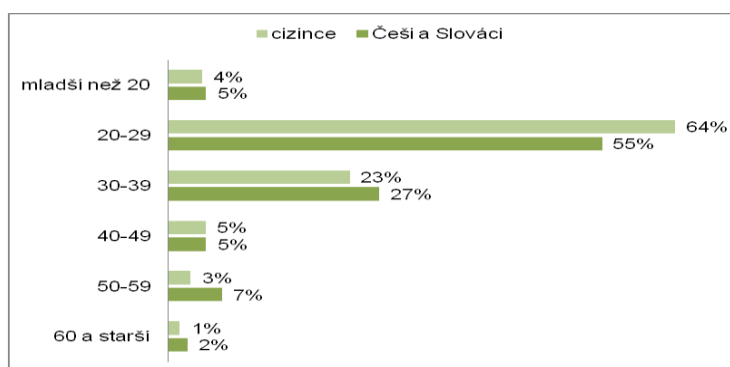
Pro vytvoření profilu WWOOFera se první část dotazníku věnovala identifikaci respondentů. Mezi WWOOFery, kteří odpověděli na dotazník, bylo u česky mluvících respondentů více žen a u anglicky mluvících respondentů více mužů.

Počet respondentů	466	
Česky mluvících	252	
z toho mužů	93	159
z toho žen		
Anglicky mluvících	214	
z toho mužů	110	104
z toho žen		

Tabulka č. 1 Počet respondentů, zastoupení mužů a žen v dotazníkovém šetření

Zdroj: vlastní zpracování

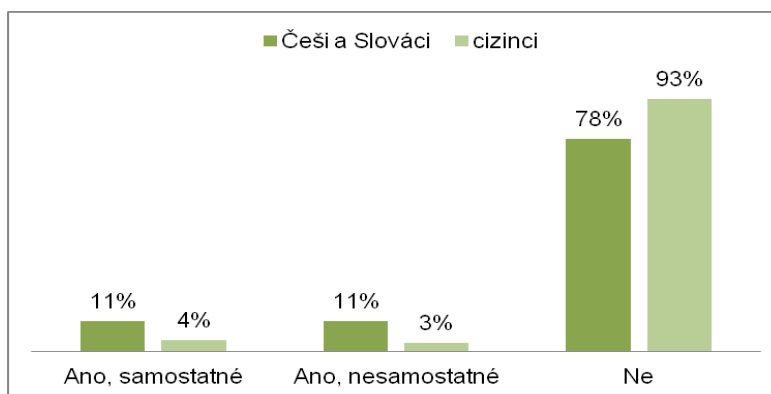
Největší zastoupení mezi respondenty měla věková skupina 20–29 let. Do této kategorie spadá 64 % Čechů a Slováků a 55 % cizinců. Druhou nejčetnější věkovou skupinou byla kategorie 30–39 let. Nejméně vyskytující se věkovou skupinou byla věková skupina nad 60 let. Nejnižší uvedený věk byl 16 let. V této skupině odpověděli 3 respondenti. Nejstaršímu respondentovi bylo 93 let a druhému nejstaršímu 91 let. Z uvedeného vyplývá, že věkové rozmezí respondentů bylo široké. Je tedy patrné, že věk není nijak limitující pro tuto formu cestovního ruchu. Největší zastoupení věkové skupiny 20–29 let přisuzují částečně tomu, že věková kategorie 40 let a výše není na tento způsob cestování zvyklá. WWOOFing je relativně novou a neznámou aktivitou a společně s dobrovolnickým cestovním ruchem doposud nemá v České republice, ale jak je vidět, tak ani ve světě, vybudovanou tradici.



Obrázek č. 1 Věkové rozložení respondentů

Zdroj: vlastní zpracování

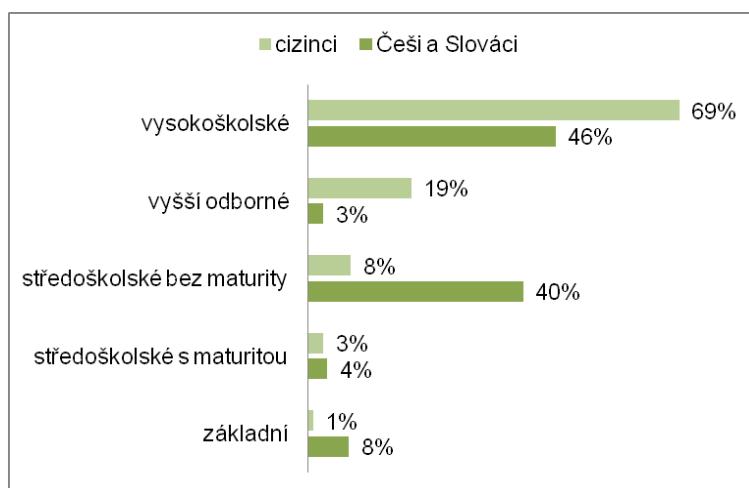
Většina všech respondentů odpověděla, že děti nemá. Z česky mluvících respondentů odpovědělo 22 %, že děti má a polovina z nich odpověděla, že může cestovat i bez nich. Z anglicky mluvících respondentů má děti 7 % a 4 % mohou cestovat i bez nich. Tato otázka byla pokládána s cílem zjistit, zda mohou být děti limitujícím faktorem, proč se věnovat WWOOFingu.



Obrázek č. 2 Procento respondentů mající děti

Zdroj: vlastní zpracování

V nejvyšším dosažené vzdělání se cizinci od Čechů liší. Obě tyto skupiny mají na prvním místě vysokoškolské vzdělání, ale u Čechů je na druhém místě středoškolské bez maturity a u cizinců vyšší odborné. Třetí místo je u Čechů základní vzdělání a u cizinců středoškolské bez maturity.

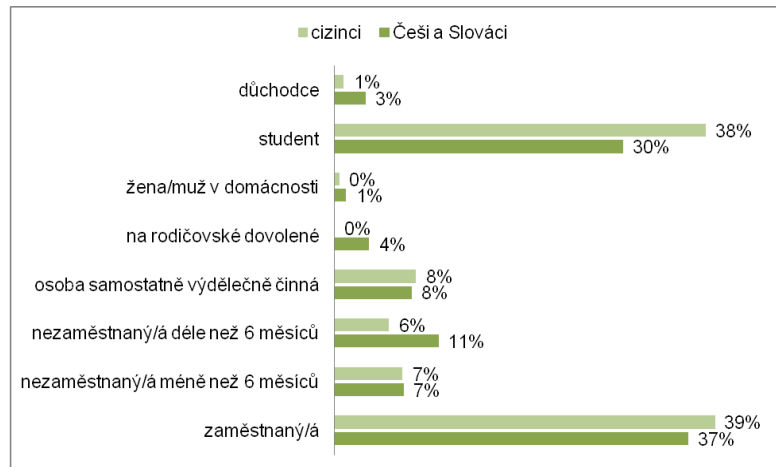


Obrázek č.3 Nejvyšší dosažené vzdělání

Zdroj: vlastní zpracování

V obou skupinách výrazně převažují zaměstnaní a studenti. Na třetím místě jsou u Čechů nezaměstnaní déle než 6 měsíců, čtvrté místo OSVČ

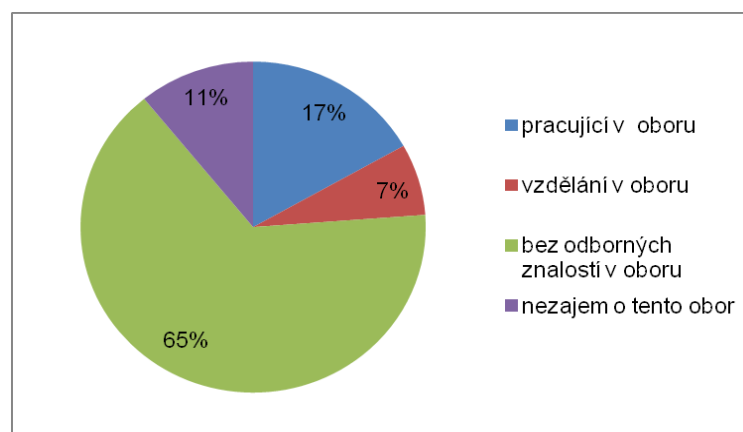
(osoba samostatně výdělečně činná) a na pátém nezaměstnaní méně než 6 měsíců. U cizinců na třetím místě je OSVČ, pak nezaměstnaní méně než 6 měsíců a na pátém nezaměstnaní déle než 6 měsíců. U cizinců se prakticky nevyskytují osoby na rodičovské dovolené, důchodci a ani ženy či muži v domácnosti.



Obrázek č. 4 Sociální status

Zdroj: vlastní zpracování

Z tohoto dotazníkového šetření vyplývá, že většina WWOOFerů nemá odborné znalosti v oblasti zemědělství.

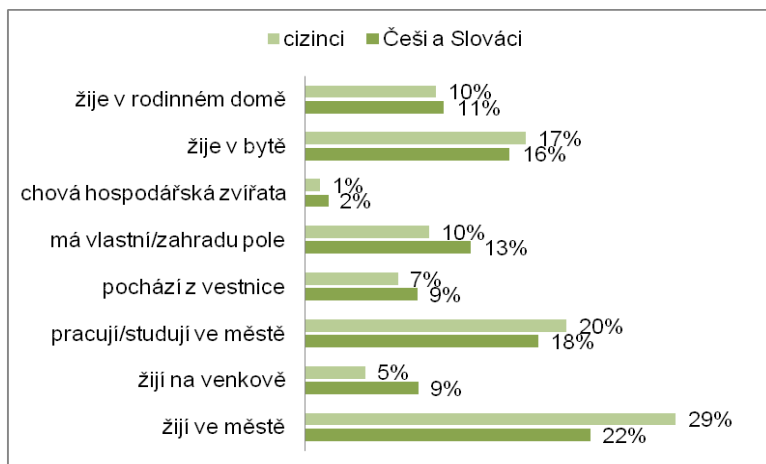


Obrázek č. 5 Odborné znalosti v oblasti zemědělství

Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti žijí převážně ve městě, kde také pracují či studují. 57 % všech respondentů žije v bytě a 25 % v rodinném domě. 26 % respondentů uvedlo, že má svou vlastní zahradu či pole. Chovem hospodářských zvířat se

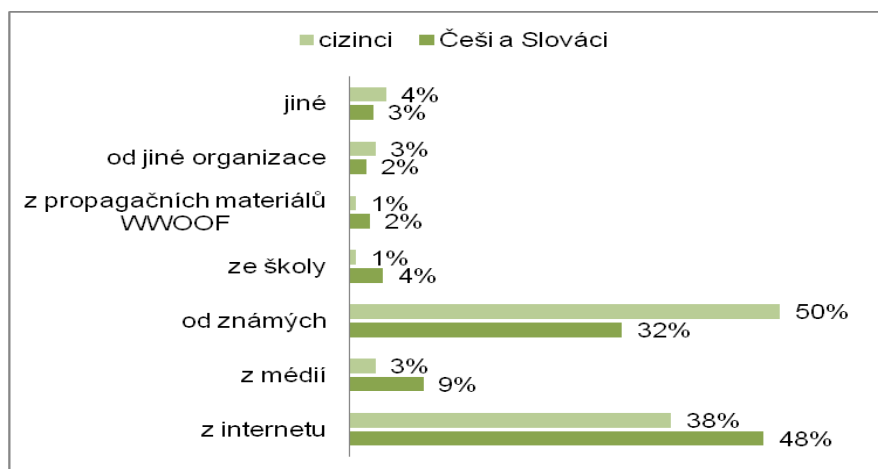
zabývají 4 % respondentů. Toto potvrzuje prvotní motiv pro vznik WWOOFu - tedy umožnit lidem z města trávit svůj volný čas na venkově. Na obrázku č. 6 je znázorněné procentuální zastoupení odpovědí na otázku č. 7 u anglicky mluvících respondentů a česky mluvících respondentů zvlášť.



Obrázek č. 6 Graf k otázce č. 7 znázorňující, kde respondenti žijí, odkud pochází, zda chovají hospodářská zvířata a kde pracují či studují

Zdroj: vlastní zpracování

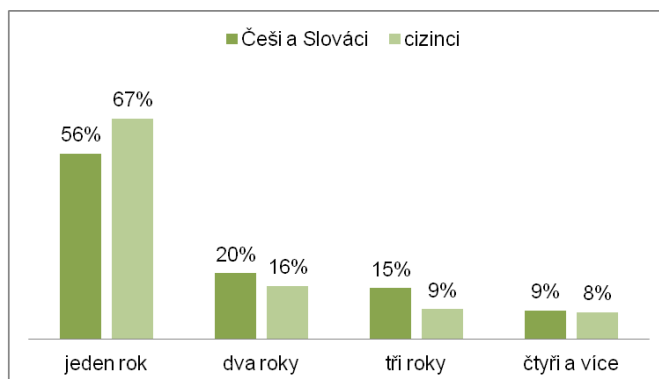
Pro lepší zacílení propagace myšlenky WWOOF je důležité vědět, kde se účastníci o této organizaci dozvěděli. Z výsledků vyplývá, že cizinci se o organizaci WWOOF převážně dozvěděli od známých, zatímco Češi a Slováci znají tuto organizaci hlavně z internetu. Na druhém místě je to přesně naopak, u cizinců převládá internet a u Čechů známí. Propagační materiály organizace WWOOF dostaly celkem 8 hlasů.



Obrázek č. 8 Odkud se respondenti dozvěděli o organizaci WWOOF

Zdroj: vlastní zpracování

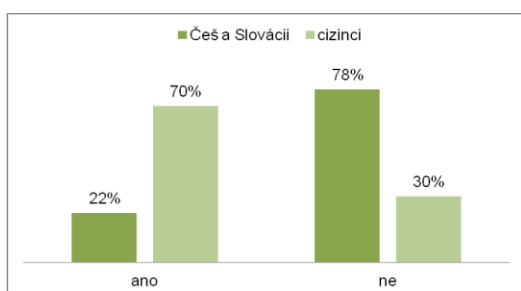
Většina WWOOFerů, česky mluvících i zahraničních, je zaregistrovaná v organizaci WWOOF jeden rok, tedy od roku 2012. Celkem to je 61 % všech respondentů, česky mluvících i anglicky mluvících dohromady.



Obrázek č. 10 Délka členství v organizaci WWOOF

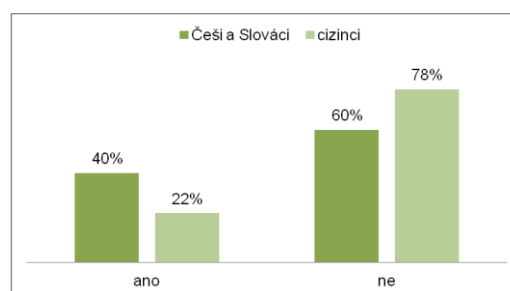
Zdroj: vlastní zpracování

Převážná část česky mluvících respondentů odpověděla, že není zaregistrovaná v jiné pobočce WWOOF než v české, takto odpovědělo 78% Čechů a Slováků. To ukazuje spíše na motiv „zájem o české zemědělství“ než-li „cestování“, u cizinců je tento trend opačný. I v jiných WWOOF organizacích je zaregistrováno 70 % anglicky mluvících respondentů. Pobyt na farmě WWOOF doposud neuskutečnilo 60 % Čechů a Slováků a 78 % cizinců. Na následujících pět otázek neodpovídali respondenti, kteří se doposud pobytu na farmě neúčastnili.



Obrázek č. 11 Členství i v jiných organizacích WWOOF

Zdroj: vlastní zpracování

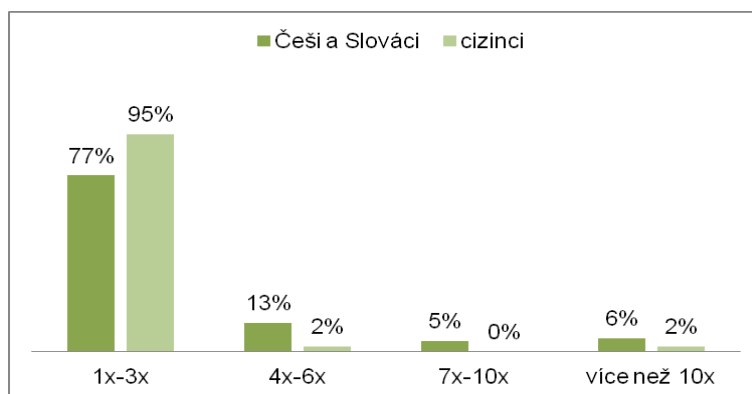


Obrázek č. 12 Uskutečněných pobytů na WWOOF farmě

Zdroj: vlastní zpracování

Vzhledem k nízkému počtu respondentů, kteří nějakou českou WWOOF farmu již navštívili, uvádím data společná pro oba typy respondentů (česky mluvící a anglicky mluvící), kde došlo k výrazným rozdílům mezi těmito

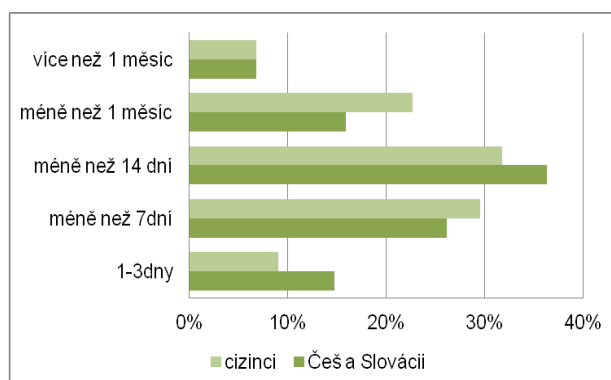
skupinami, tam na tyto rozdíly upozorňuji. Grafy ponechávám pro možnost porovnání rozdělení. Z respondentů, kteří už WWOOF farmy navštívili, 83 % odpovědělo, že pobyt na farmě absolvovali 1x–3x. 9 % respondentů pobyt absolvovalo 4x–6x a 3 % respondentů pobyt absolvovala 7x–10x. Více jak 10x absolvovalo pobyt na WWOOF farmě 5 % respondentů.



Obrázek č. 13 Počet absolvovaných pobytů

Zdroj: vlastní zpracování

Jako průměrnou délku pobytu na farmě respondenti nejčastěji uvedli, že byla kratší než 14 dní. Takto odpovědělo 35 % respondentů. Méně než 7 dní odpovědělo 27 % respondentů, méně než měsíc 18 % respondentů, 1–3 dny 13 % respondentů a více jak měsíc 7 % respondentů.

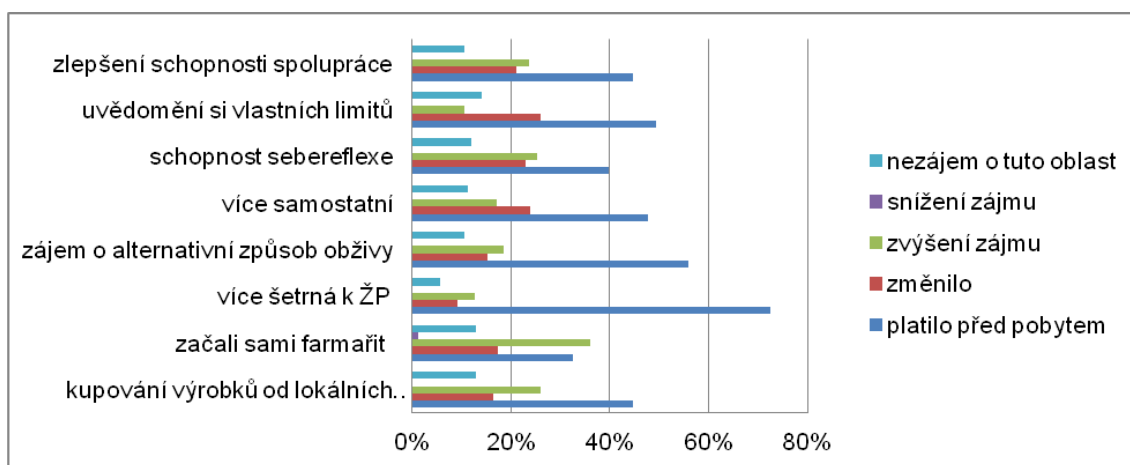


Obrázek č. 14 Průměrná délka pobytu

Zdroj: vlastní zpracování

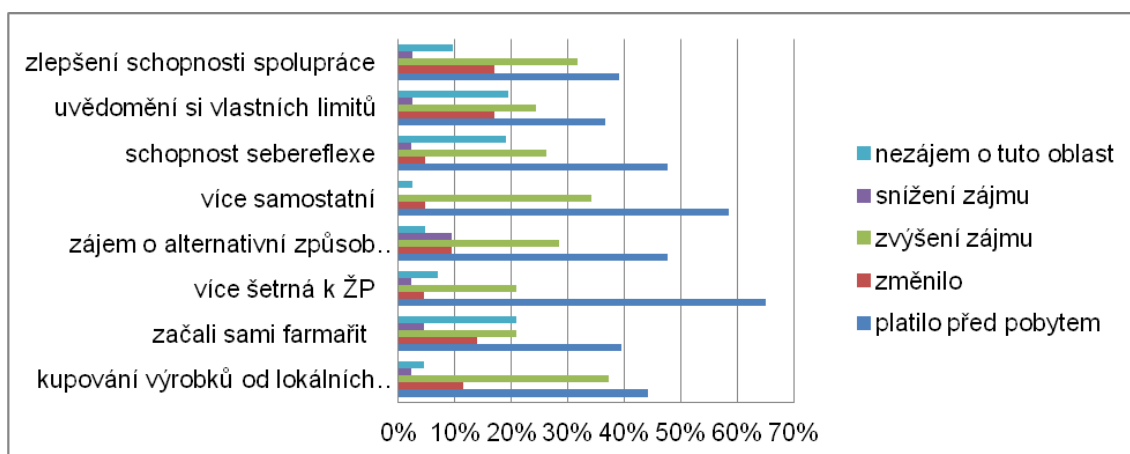
Většina respondentů uvedla, že pobyt na farmě je v daných oblastech nijak neovlivnil a to hlavně z důvodu, že zájem o zmiňované oblasti měli již před pobytem. U Čechů se objevilo zvýšení zájmu o to, vlastnit svoje hospodářství,

nicméně četnost odpovědí „zvýšení zájmu“ byla téměř shodná s počtem odpovědí „toto platilo už před pobytem na farmě“.



Obrázek č. 15 Vliv pobytu na farmě na česky mluvící respondenty

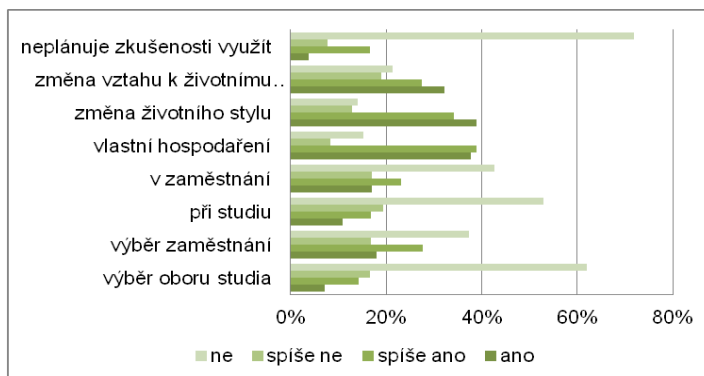
Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek č. 16 Vliv pobytu na farmě na anglicky mluvící respondenty

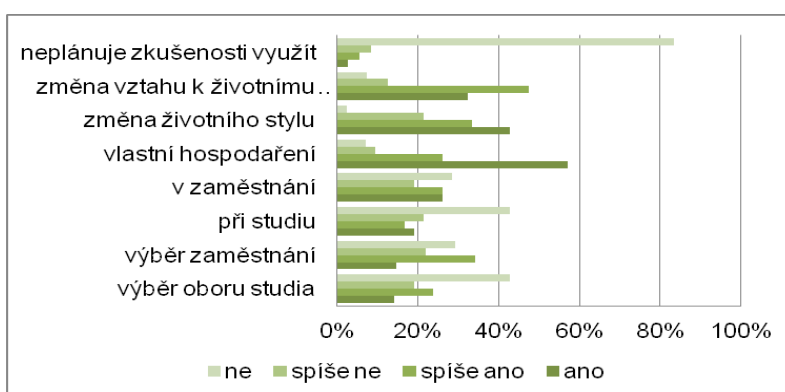
Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti odpověděli, že „spíše ano“ plánují či „ano“ plánují využít zkušenosti získané pobytem na farmě v oblasti vlastního hospodaření (takto odpovědělo 38 % česky mluvících a 57 % anglicky mluvících respondentů), v oblasti změny životního stylu (39 % česky mluvících a 43 % anglicky mluvících respondentů) a změny vztahu k životnímu prostředí (33 % česky mluvících a 32 % anglicky mluvících respondentů). Z výzkumu vyplynulo, že respondenti neplánují zkušenosti z farem využít při výběru studia a zaměstnání a také je neplánují využít při vlastním studiu a v zaměstnání. Respondenti nepotvrdili, že by neplánovali zkušenosti nějak využít.



Obrázek č. 17 Využití zkušeností z pobytu na farmě v běžném životě (česky mluvící respondenti)

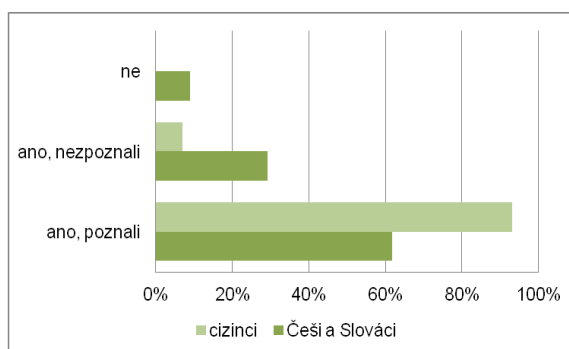
Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek č. 18 Využití zkušeností z pobytu na farmě v běžném životě (anglicky mluvící respondenti)

Zdroj: vlastní zpracování

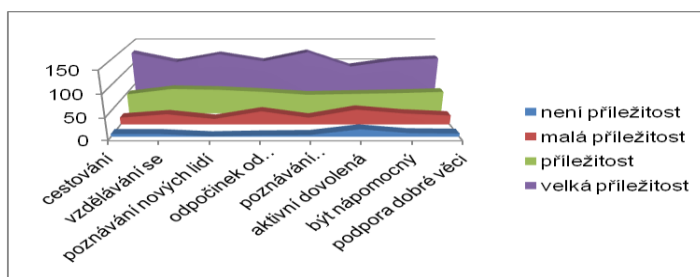
Většina respondentů měla během svého pobytu na farmě zájem poznat okolní region farmy. 72 % respondentů se okolí farmy během pobytu podařilo poznat a 22% se okolí farmy poznat nepodařilo. 6 % dotázaných nemělo zájem okolní region poznat (takto odpověděli pouze čeští respondenti).



Obrázek č. 19 Zájem respondentů o okolí farmy

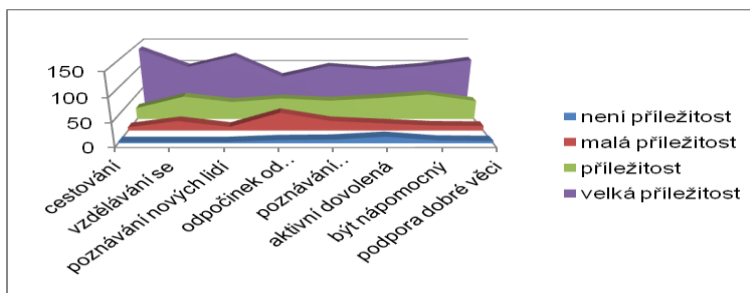
Zdroj: vlastní zpracování

Poslední část dotazníku byla opět určena pro všechny respondenty, tedy i pro ty, co pobyt na farmě dosud neuskutečnili. Respondenti hodnotili, jak velký přínos jim může WWOOFování nabídnout. Všechny nabídnuté možnosti respondenti hodnotili jako velkou příležitost. To znamená, že WWOOFování je pro respondenty velkou příležitostí k cestování, vzdělávání se, poznávání nových lidí, odpočinku od běžného života, poznávání alternativního životního stylu, aktivní dovolené, k tomu být nápomocný a příležitostí k podpoře dobré věci. Největší četnost označení „velká příležitost“ měly možnosti „cestování“, „poznání nových lidí“, „poznání alternativního životního stylu“ a „podpora dobré věci“. V rámci této otázky jsem porovnala odpovědi respondentů, kteří uvedli, že na WWOOF farmě v České republice ještě nebyli a u kterých jde tedy spíše o očekávání z WWOOFingu, s těmi, co na farmě byli, tedy s těmi, kteří již mají vlastní zkušenosti s WWOOFingem. Předpokládala jsem, že jejich odpovědi by se po zkušenosti s touto formou cestovního ruchu mohly lišit od těch, co tuto zkušenost doposud nemají. Také jsem se zaměřila na to, jak se v těchto odpovědích lišili cizinci a česky mluvící respondenti. Nezapomeňme, že u cizinců je vyšší předpoklad, že už někde jinde WWOOFovali, byť ne v České republice. I při použití tohoto filtru bylo stále nejčastější odpovědí u všech nabízených oblastí „velká příležitost“. U česky mluvících respondentů, kteří již pobyt na farmách absolvovali, je vyrovnaná četnost odpovědí „velká příležitost“ u všech možností, zatímco u WWOOFerů doposud neWOOOFujících je vyšší četnost odpovědi „velká příležitost“ u možností „cestování“, „poznání nových lidí“ a „poznání alternativního způsobu života“. Cizinci se ve svých odpovědích vzhledem k uskutečněnému pobytu na českých farmách neliší. Nejčastěji označili WWOOF jako „velká příležitost“ k cestování a k poznání nových lidí. Grafy k tomuto filtru jsou v příloze č. 3.



Obrázek č. 20 Příležitosti poskytující WWOOFování pro česky mluvící respondenty

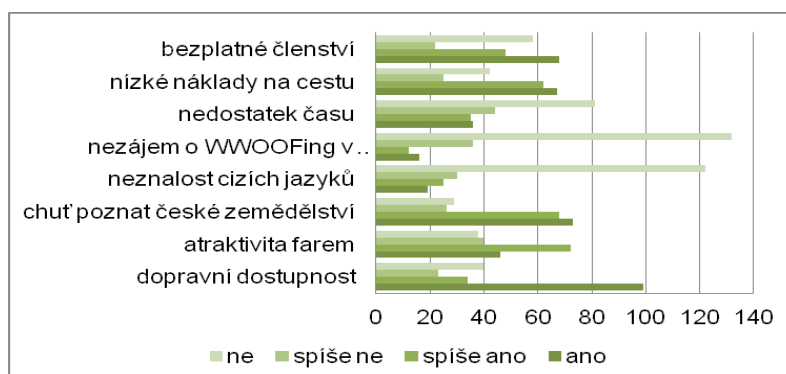
Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek č. 21 Příležitosti poskytující WWOOFování pro anglicky mluvící respondenty

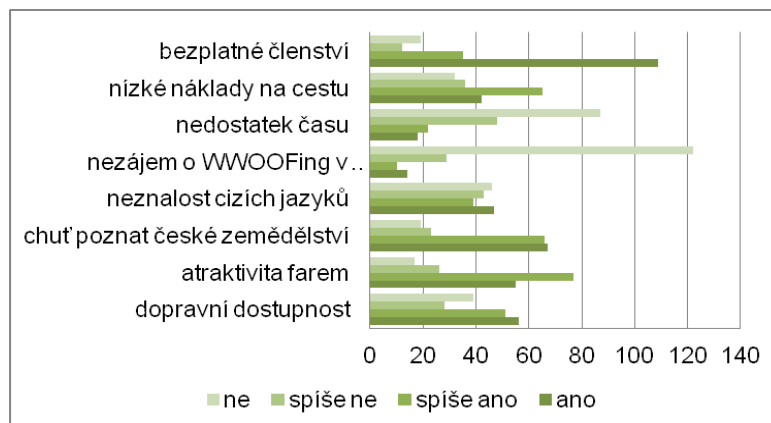
Zdroj: vlastní zpracování

Hlavnímu důvody pro zaregistrování se v České republice, byly u česky mluvících respondentů hlavně dopravní dostupnost a chuť poznat české zemědělství. Dalšími důvody byla atraktivita farem, nízké náklady na cestu a bezplatné členství. Důvodem pro nezaregistrování se v jiných zemích nebyla neznalost cizích jazyků a ani nezám o WWOOFování v cizích zemích nebo nedostatek času. U cizinců byl hlavní důvod registrace bezplatné členství a dále chuť poznat české zemědělství. Překážkou pro tyto respondenty nebyla dopravní dostupnost a ani nedostatek času.



Obrázek č. 22 Důvody pro zaregistrování se do WWOOFing v ČR českými mluvícími respondenty

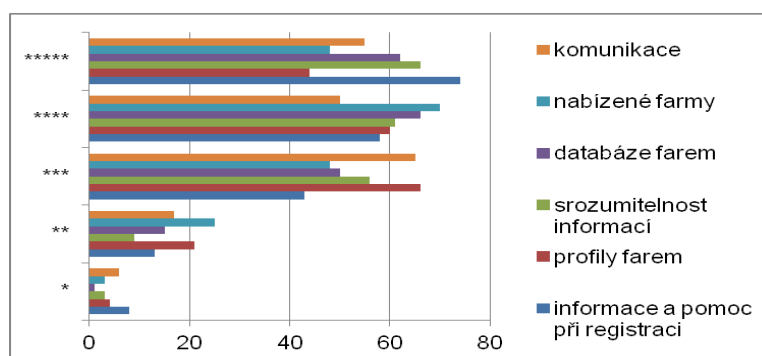
Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek č. 23 Důvody pro zaregistrování se do WWOOF.cz anglicky mluvících respondentů

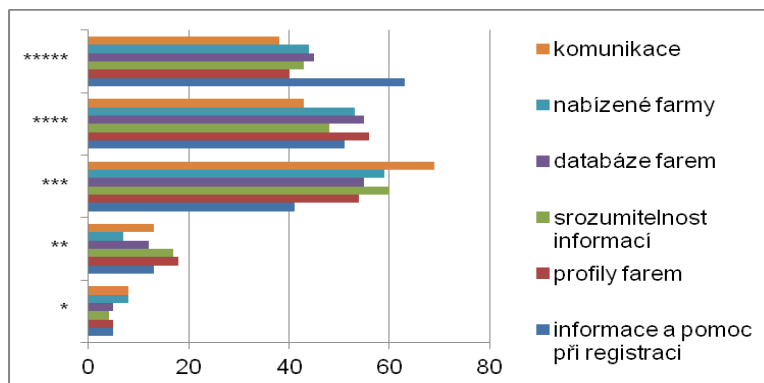
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 19 se zabývá hodnocením služeb nabízených organizací WWOOF. Hodnotilo se hvězdičkami 1–5, kdy 5 je nejvyšší luxus (podobně jako u hotelů). Pět hvězdiček většina respondentů dala informacím a pomoci při registraci. Většina českých respondentů dala pět hvězdiček srozumitelnosti informací uvedených na stránkách WWOOF.cz, cizinci dali této službě tři hvězdičky. Databáze farem dostala od většiny respondentů čtyři hvězdičky, podobně jako nabízené farmy, kde ale u většiny cizinců bylo četnější hodnocení „tři hvězdičky“. Dále anglicky mluvící respondenti ohodnotili třemi hvězdičkami komunikaci. Profily farem dostaly od česky mluvících respondentů tři hvězdičky a u cizinců čtyři hvězdičky.



Obrázek č. 24 Hodnocení služeb poskytující organizací WWOOF.cz česky mluvícími respondenty

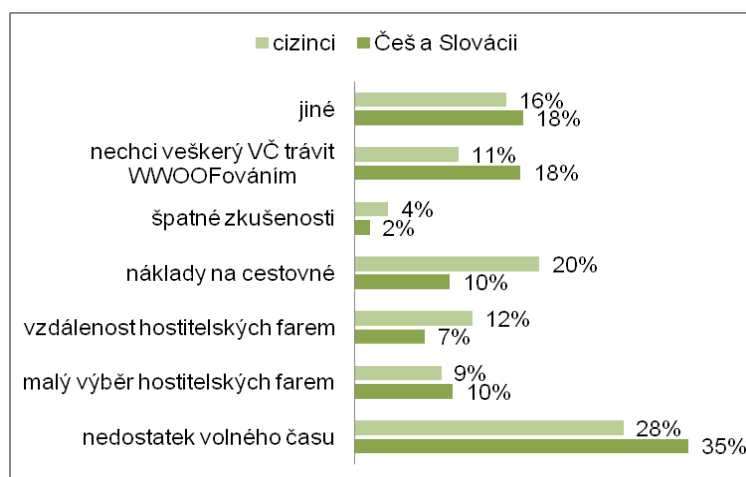
Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek č. 25 Hodnocení služeb poskytujících organizací WWOOFcz česky mluvícími respondenty

Zdroj: vlastní zpracování

Jako důvod, proč WWOOFeři nejezdí na farmy častěji nebo proč někteří ještě na žádné farmě nebyli, uvedli respondenti nejčastěji „nedostatek času“. U cizinců převládá důvod „náklady na cestovné“ a u Čechů „nechuť trávit veškerý volný čas WWOOFem“. 16 % respondentů odpovědělo, že pro to mají „jiné důvody“. Dotazníkem nebylo možné zjistit co těmi „jinými“ důvody je. Funkce otevřená otázka u bezplatného členství na serveru kwiksveys není možná. Jako hlavní důvod nižší frekvence návštěv a neúčasti na WWOOFingu se nepotvrdil „malý výběr farem“ a už vůbec ne „špatné zkušenosti“.



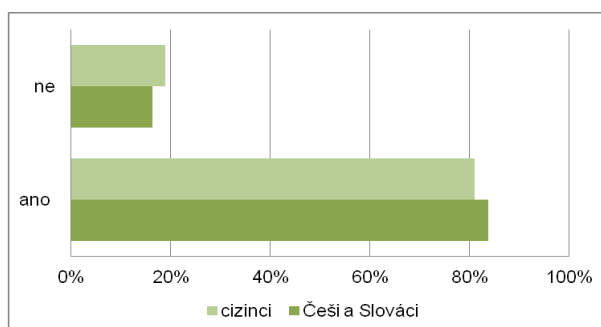
Obrázek č. 26 Důvody nižší frekvence WWOOFingu v České republice

Zdroj: vlastní zpracování

Při výběru farmy je pro WWOOFery rozhodujícím faktorem to, jaká zvířata se na farmě chovají a co se na farmě pěstuje. Tento faktor jako „rozhodující“ uvedlo 59 % česky mluvících respondentů a 46 % anglicky

mluvících respondentů. Rozhodujícím faktorem je pro 41 % česky mluvících a 43 % anglicky mluvících respondentů způsob hospodaření na farmě. Pro 44 % cizinců a pro 38 % Čechů a Slováků je rozhodující druh práce. Za důležitou respondenti považují atraktivitu okolí farmy, takto ji hodnotilo okolo 39 % cizinců i Čechů se Slováky. Pro 38 % cizinců je důležitá dopravní dostupnost a dále je pro ně důležité doporučení od známých, což pro Čechy a Slováky je nedůležité. Doporučení od organizace WWOOF je pro obě skupiny nedůležité anebo minimálně důležité. Důležitá je pro obě skupiny délka pobytu. Pro cizince je důležitý druh ubytování a druh stravy, což pro Čechy je spíše minimálně důležité. Pro cizince je minimálně důležitá a pro Čechy nedůležitá velikost farmy. Míru soběstačnosti farmy cizinci považují za důležitou, zatímco Češi za minimálně důležitou. Tabulku k této otázce najdete v příloze č. 4.

Poslední otázka zjišťovala, zdali by respondentům pomohlo při výběru farmy zřízení diskusního fóra pro sdílení zkušeností. 82 % respondentů na tuto otázku odpovědělo kladně.



Obrázek č. 27 Fórum pro sdílení zkušeností z WWOOF farem

Zdroj: vlastní zpracování

9 Diskuse

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že se shodují hlavní motivy pro účast v dobrovolnickém cestovním ruchu formou WWOOF s motivy pro dobrovolnický cestovní ruch, které uvádí odborné zdroje. Těmito motivy tedy jsou:

- cestování,
- vzdělávání se,
- poznávání nových lidí,
- odpočinek od běžného života,
- poznávání alternativního životního stylu,
- aktivní dovolená,
- být nápomocný,
- podpora dobré věci,
- poznání regionu.

Z těchto uvedených motivů jako hlavní vyšly tyto motivy:

- cestování,
- poznání nových lidí,
- poznání alternativního životního stylu,
- podpora dobré věci.

Tyto výsledky se ve velké míře shodují s výzkumem Sandry Hudler, který byl součástí její diplomové práce z roku 2011 s názvem „Entrepreneurship & Tourismus“ (Podnikání a cestovní ruch). Sandra Hudler prováděla dotazníkové šetření zaměřené na dobrovolnický cestovní ruch, jenž obsahoval i motivaci WWOOFerů. Mezi hlavními motivy v jejím výzkumu je „cestování“ a „poznání nových lidí“. Dalším hlavním motivem je motiv „poznat destinaci“ (toto se v mém dotazníkovém šetření také potvrdilo a důkladněji se tomuto motivu věnuji níže), „odpočinek od běžného života“, „dobrodružství“, „poznat kulturu“, „kontakt s místními“. Jako motiv pro WWOOF se jí nepotvrdil motiv „pomáhat jiným“ a ani „osobnostní rozvoj“.

Maggie Melin z University of Lund uvádí jako tři největší motivace „šance žít s místními“, „naučit se více o ekologickém hospodaření“ a „procestovat danou zemi“.

Je tedy zřejmé, že účastníci dobrovolnického cestovního ruchu formou WWOOF nejsou motivováni altruismem, tedy být někde nápomocný, pomoci farmářům a tím podpořit dobrou věc, kterou ekologické zemědělství zajisté je. Přitom motiv altruismu byl hlavním motivem pro vznik dobrovolnického cestovního ruchu. Mnohé výzkumy zaměřené na WWOOF naznačují, že tento motiv se z dobrovolnického cestovního ruchu vytrácí. Nyní jde spíše o to získat od farmářů znalosti a zkušenosti, které v budoucnu budou aplikovatelné, levně obohatit své cestovatelské poznatky a vyzkoušet si něco nového a neobvyklého. Tyto motivy ale nejsou v rozporu s užitečností WWOOFu pro farmáře. Jakkoliv motivovaný WWOOFer práci na farmě odvést musí. Můžeme se jen domnívat, že pokud by motivy byly čistě altruistické, WWOOFeři by na farmy jezdili častěji a také by se zvýšila efektivita práce a možná by se i zvýšila užitečnost WWOOFu pro rozvoj ekologicky šetrného zemědělství.

Z mého dotazníkového šetření vyplývá, že se liší hlavní i vedlejší motivy pro účast na WWOOFu v České republice českých dobrovolníků od zahraničních dobrovolníků. Zde jsou tyto motivy vypsány:

- hlavní motivy Českých WWOOFerů jsou:
 - dopravní dostupnost
 - poznání českého zemědělství – to můžeme přisoudit tomu, že většina dobrovolníků si chce zřídit vlastní hospodářství a skrz WWOOF se vzdělávat
- hlavní motiv zahraničních WWOOFerů je:
 - bezplatné členství
- vedlejší motivy Českých WWOOFerů jsou:
 - atraktivita farem

- nízké náklady na cestu
- bezplatné členství
- vedlejší motiv zahraničních WWOOFerů je:
 - poznat české zemědělství

Jak vyplývá z mého šetření, mezi hlavní přínosy WWOOFu patří získání nových zkušeností, které WWOOFeři využijí:

- k vlastnímu hospodaření,
- ke změně životního stylu
- změně vztahu k životnímu prostředí.

Neprokázalo se, že by zkušenosti z WWOOFingu nějak výrazně přispívaly k profesnímu růstu, tedy že by pomáhaly při výběru zaměstnání či oboru studia nebo přímo při práci či studiu.

Dotazník zjistil, že WWOOFeři jsou převážně lidé, kteří kupují výrobky od místních producentů, mají vlastní farmu anebo ji spíše plánují mít, jsou šetrní k životnímu prostředí, jsou samostatní, mají schopnost sebereflexe, uvědomují si vlastní limity a mají dobrou schopnost spolupráce. WWOOF tedy většinu respondentů v těchto oblastech nijak neovlivnil. Dle mého názoru má WWOOF velký potenciál v těchto oblastech na lidi pozitivně působit. Proto, pokud by organizace WWOOFu měla za cíl v těchto ohledech působit, měla by zaměřit propagaci této organizace na lidi, u kterých výše zmíněné zájmy a schopnosti neplatí.

Dále dotazník zjistil, že kvalita poskytovaná českou organizací WWOOF je na dobré úrovni, ale v jistých oblastech je co zlepšovat. Respondenti byli nejvíce spokojeni s poskytnutými informacemi a pomocí při registraci. Dobrou úroveň má dle respondentů databáze farem. Profily farem jsou dle zahraničních respondentů na dobré úrovni, ale Češi tyto profily příliš vysoko nehodnotí. Vzhled profilu záleží na jednotlivých farmách. Je to hlavní prostředek farem, jak nalákat na své farmy dobrovolníky, proto by si každá farma na svém profilu měla dát záležet. Zahraniční WWOOFeři ne příliš vysoko hodnotili

srozumitelnost informací na internetových stránkách WWOOF.cz a také rychlost a efektivitu komunikace, kterou ani čeští WWOOFeři nehodnotili příliš vysoko. Srozumitelnost informací, by se dala přisoudit kvalitě anglické verze stránek www.woof.cz, kterou si ale já nedovolím kritizovat, neboť na to nemám dostatečné jazykové znalosti. Nejsem si jistá, zda rychlost a komunikace byla myšlena na organizátory či na farmáře. Rychlost komunikace je z mého pohledu u organizátorů i farmářů pochopitelná, vzhledem k tomu, jak jsou obě tyto skupiny svou prací zaneprázdněné. Nabízené farmy byly spíše vysoko hodnocené, ale u cizinců mírně převážilo ne příliš vysoké hodnocení.

Při zkoumání motivů v dobrovolnickém cestovním ruchu a motivů pro výběr právě České republiky pro WWOOFing jsem se zaměřila na to, zda nenaleznu nuanci v odpovědích vzhledem k různosti respondentů. Rozdělila jsem tedy dobrovolníky podle pohlaví, vzdělání a podle toho, jestli už v České republice WWOOFovali. Na nic zásadního jsem nepřišla, tedy na motivy by tyto odlišnosti WWOOFerů vliv mít neměly. Na druhou stranu jsem přišla na několik zajímavostí:

- jsou to spíše ženy, které nejezdí na farmy, i u mužů převládá, že ještě na WWOOF farmě nebyli, ale ne tak výrazně, zajímavé je, že u zahraničních WWOOFerů to má opačný trend, tedy spíš to jsou ženy, které už na farmách byly,
- u těch, co již WWOOFovali, převládá to, že jsou zaměstnaní a studenti, u těchto kategorií bych předpokládala, že budou mít méně času na WWOOFování, z toho vyplývá, že pracovní a studijní náplň není překážkou ve WWOOFingu, dle mého názoru rozhoduje schopnost si uspořádat svůj volný čas a mít zájem o WWOOF jako takový.

Je jednoznačné, že bezplatné členství přispělo k počtu zaregistrovaných dobrovolníků. Dle organizátorů WWOOF si farmáři přestali stěžovat na nedostatek dobrovolníků na svých farmách. Na základě mého šetření se přesto domnívám, že počet dobrovolníků na farmách je stále nedostatečný. Ze všech respondentů WWOOFovalo 133 dobrovolníků a to nejčastěji 1×–3× za celou dobu, co jsou ve WWOOF zaregistrovaní, s průměrnou dobou pobytu

nepřesahující 14 dní. Dle těchto údajů, počtu farem (61) a nutnosti každodenní práci na farmách minimálně od jara do podzimu, se mi jeví frekvenci WWOOFingu jako nedostatečná. Musíme brát v potaz, že na dotazník mi odpovědělo 466 respondentů z oslovených 2507 WWOOFerů. Tedy většina oslovených WWOOFerů mi neodpověděla na dotazník. Reálná čísla můžou být tedy úplně jiná, ale já se domnívám, že na dotazník mi neodpověděli ti lidé, kteří se do WWOOFu zaregistrovali jen tak, že je to zdarma anebo se domnívali, že tento dotazník je jen pro ty, co už někdy WWOOFovali, byť jsem na možnost vyplnit dotazník i těmi, co na farmě ještě nebyli, v oslovujících mailech upozorňovala.

Z této mé domněnky vyplývá, že bezplatné členství má na frekvenci WWOOFingu v České republice minimální vliv. Ale nepopírám obrovskou výhodu, kterou bezplatné členství poskytuje, a tou je ulehčení práce organizátorům s časově náročnou administrativou. Tento čas teď mohou organizátoři věnovat věcem, na které před zavedením bezplatného členství čas nebyl.

9.1 Profil WWOOFera

Na základě nejčtenějších odpovědí, které jsem získala dotazníkovým šetřením, jsem vytvořila ucelený profil WWOOFera, který je zaregistrovaný v organizaci WWOOFcz. Podobný profil vytvořila i Sandra Hundler na základě svého výzkumu. Na její dotazník odpovídali WWOOFeři z Kanady, Portugalska, USA a Havaje, Maďarska, Nového Zélandu a Bulharska. Výsledky na podobné otázky v našich dotaznících jsem porovnála.

V šetření Sandry Hundler bylo také více žen nežli mužů. Respondenti byli ve stejné věkové skupině a jejich nejvyšší dosažené vzdělání bylo také vysokoškolské. Informace o WWOOFu získali nejčastěji z internetu. Rozdíly v motivech našich respondentů jsou uvedeny výše. Více informací z důvodu jinak kladených otázek porovnat nelze. Například Sofie Hundler se ptala na délku dobrovolnické cesty, která se pohybovala mezi 2-6 měsíci a já na délku pobytu na farmě.

Níže uvádím zmiňovaný profil účastníka WWOOFcz.

Demografické údaje	
Pohlaví	žena
Věk	20-29 let
Děti	nemá
Nejvyšší dosažené vzdělání	vysokoškolské
Sociální status	zaměstnaný
Odborné znalosti v zemědělství	nemá
Bydlí a pracuje	ve městě, v bytě
Údaje vztahující se k WWOOF	
Ve WWOOFu je zaregistrován	jeden rok
Zná WWOOF	z internetu, od známých
Členem v jiných WWOOF organizacích	Češi a Slováci NE
	cizinci ANO
Uskutečnil pobyt na české WWOOF farmě	NE
Zkušenosti s WWOOFem	
Počet uskutečněných pobytů	1x-3x
Průměrná délka pobytu	méně než 14 dní
Důvody nízké frekvence WWOOFování	
Češi a Slováci	cizinci
1. Nedostatek času	
2. Jiné zájmy	2. Náklady na cestovné
Hlavní důvody pro to se zaregistrovat do WWOOFcz	
Češi a Slováci	cizinci
1. Dopravní dostupnost	1. Bezplatné členství
2. Chuť poznat české zemědělství	
3. Nízké náklady na cestu	3. Dopravní dostupnost
4. Bezplatné členství	
Pro výběr farmy je důležité	
Češi a Slováci	cizinci
1. Co se na farmě chová či pěstuje	
2. Způsob hospodaření na farmě	
3. Druh práce	
4. Dopravní dostupnost	4. Délka pobytu
5. Atraktivita okolí farmy	

Tabulka č. 2 Profil WWOOFera zaregistrovaného ve WWOOFcz

Zdroj: vlastní zpracování

10 Závěry

WWOOFeři jsou motivováni k dobrovolnickému cestovnímu ruchu těmito motivy – cestování, získání nových znalostí z oblasti ekologického zemědělství, poznat místní lidi a jejich způsob života, odpočinek od běžného života, aktivní dovolená, být někde nápomocný a tím podpořit dobrou věc.

Motivem k WWOOFování v České republice je u Čechů dobrá dostupnost, poznat české zemědělství, atraktivita farem, nízké náklady na cestu a bezplatné členství. U zahraničních WWOOFerů se objevily motivy bezplatného členství a zájem o české zemědělství.

WWOOF je přínosný pro získání nových zkušeností, které v běžném životě jsou využitelné pro změnu životního stylu, pro lepší vztah k životnímu prostředí a získání znalostí a zkušeností, které je možné využít během vlastního hospodaření. Nepotvrdilo se, že WWOOF přispívá ke změně některých postojů.

Kvalita služeb poskytované českou organizací WWOOF je dle WWOOFerů spíše vysoká, s tím že největší problém je pravděpodobně komunikace a srozumitelnost informací pro zahraniční WWOOFery.

Hlavní věková kategorie WWOOFerů je 20–29 let, jde převážně o zaměstnané a studenty, spíše bydlící a pracující či studující ve městě, nemají děti a jsou to hlavně laici v oblasti zemědělství. Převážná většina WWOOFerů ještě na hostitelské farmě nebyla a ve WWOOFu jsou zaregistrovaní jeden rok. K větší frekvenci WWOOFování v České republice brání hlavně nedostatek volného času, pak náklady na cestování a jiné zájmy. WWOOFeři se rozhodují, na jakou farmu vyjedou hlavně dle toho, co se na farmě chová a pěstuje, dále pak jakým hospodařením se farma zabývá a jaký je druh práce na dané farmě.

Dalším tématem pro výzkum by mohlo být zaměření na to, jak zvýšit frekvenci WWOOFingu v České republice. Všechny cíle práce se podařilo splnit, při vyhodnocování dotazníku se ukázalo, že některé otázky v dotazníku nebyly zcela správně vytvořené a návratnost dotazníku vzhledem k počtu

oslovených respondentů byla nižší, to ale přičítáme spíše nezájmu ze strany WWOOFerů.

11 Souhrn

Téma bakalářské práce je „Motivace v dobrovolnickém cestovním ruchu skrz WWOOF“.

Úvod je věnovaný vhledu do problematiky tématu a naznačení cílů práce.

Teoretická část práce obsahuje čtyři kapitoly určené k přehledu poznatků. Zabývám se zde dobrovolnictvím, cestovním ruchem, který má čtyři podkapitoly, a to Udržitelný cestovní ruch, Venkovský cestovní ruch, kde se zabývám i jeho formami – ekoturismem, agroturismem, ekoagroturismem, další podkapitola je Venkov jako destinace a Dobrovolnický cestovní ruch. Dalšími kapitolami, kterými se zabývám ve svém přehledu poznatků, jsou Organizace WWOOF s podkapitolou WWOOF v České republice a Motivace, která má podkapitoly Motivace v cestovním ruchu a Motivace v dobrovolnickém cestovním ruchu.

V šesté kapitole vymezují cíle této práce.

V sedmé kapitole popisují metodiku, kterou jsem k dosažení cílů potřebovala. Je to analýza literatury, komunikace se zainteresovanými subjekty, komparace a syntéza a sběr dat, ke kterému jsem použila kvantitativní dotazník.

V osmé kapitole jsou sepsané nejdůležitější výsledky z dotazníkového šetření a v následné kapitole tyto výsledky vyhodnocuji a komentuji

V desáté kapitole jsou uvedeny veškeré závěry práce. Jsou zde popsány výsledky práce, zhodnocení dosažených cílů a práce a návrh na další výzkum v této oblasti. Nakonec je zařazen český souhrn, který právě čtete, po tomto souhrnu následuje anglické summary. Na závěr seznam použité literatury, takzvaný referenční seznam. Použila jsem jak monografie, tak i internetové zdroje. Úplným závěrem si můžete prohlédnout přílohy, které mimo jiné obsahují i plnou verzi dotazníku.

12 Summary

The topic of this bachelor thesis is Motivation in voluntary tourism on the basis of WWOOF.

Introduction is about basic information of the topic and indication the aims of this thesis.

The teoretical part is divided into four chapters which outline general knowledge. Then the thesis covers voluntariness and tourism focused on sustainable tourism and countryside tourism, where I engage more the forms of countryside tourism which are ecotourism, agrotourism and ecoagrotourism. The next part deals with countryside as a type of destination and volutary tourism. Another chapter, which I cover in general knowledge is organization of WWOOF including the part about WWOOF in the Czech Republic and motivation, which includes motivation in tourism and motivation in voluntary tourism.

In sixth chapter I delimit all main aims of this thesis. Seventh chapter outlines methods, which I used for reaching the aims, these are analysis of literature, communication with involved people, comparison and synthesi amd quantitative survey.

Next chapter describes the most important results reached by a survey and in the following part I evaluate all the results. In the tenth chapter are presented all conclusions of the thesis that include evaluation of the reached aims and ideas for the future research in this topic. At the end of the thesis there is a summary, and information about used sources. The attachment of this thesis includes full version of the survey and graphs, which were made thanks to the results of the survey.

13 Referenční seznam

13.1 Monografie

- Beaver, A. (2005). *A dictionary of travel and tourism terminology*. Wallingford; New York: CABI Publishing.
- Foret, M., Foretová, V. (2008). *Marketing místního rozvoje a cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická.
- Francová, E. (2003). *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Hartl, P. (1993). *Psychologický slovník*. Praha: Nakladatelství budka.
- Holmes, K., Smith, K. (2009). *Managing volunteers in tourism*. Oxford: Elsevier.
- Horner, S., Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.
- Jandourek, J. (2001). *Sociologický slovník*. Praha: Portál.
- Kirářlová, A. (2003). *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress.
- Nekonečný, M. (1997). *Encyklopedie obecné psychologie*. Praha: Academia.
- Orieška J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.
- Pásková, M. (2009) *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- Pásková, M., Zelenka, J. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde.
- Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch: soubor studijních materiál*. Ostrava: Key Publishing.
- Šarapatka, B. a kolektiv. (2010). *Agroekologie: východiska pro udržitelné zemědělské hospodaření*. Olomouc: Bioinstitut.

Šimková, E. (2008). *Manažerské a marketingové přístupy ve venkovské turistice*. Hradec Králové: Gaudeamus.

Šípek J., Štýrský J. (2011). *Geografie udržitelného turismu světa v ekonomických, enviromentálních a multikulturních souvislostech*. Hradec Králové: Gaudeamus.

Vystoupil, J., Šauer, M., Holešinská, A., Metelková, P. (2006). *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita.

13.2 Internetové zdroje

5: Agricultural-Focused Activities. (2012). *Leisure Market Research Handbook*. 36–39. Retrieved 18. 4. 2013 from Business Source Complete database on the World Wide Web:

<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=bbadd1e7-fc4b-4463-b5ba-02f21ec1cc74%40sessionmgr14&hid=27>

A brief history of WWOOF. Retrieved 18. 4. 2013 from the World Wide Web: <http://www.woof.org/history.asp>

Brož, M., Tošner, J., Kušková, H. (2012). Czech Republic. *Volunteering infrastructure*, 99-110. Retrieved 8. 4. 2013 on the World Wide Web: http://www.alliance-network.eu/uploads/Alliance%20documents/Other%20documents%20Volunteering%20and%20Youth/CEV_Volunteering%20infrastructure.pdf

Cnaan, R. A., Handy, F., & Wadsworth, M. (1996). Defining who is a volunteer: Conceptual and empirical considerations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 25, 364-383. Retrieved 8. 4. 2013 on the World Wide Web: <http://nvs.sagepub.com/content/25/3/364.abstract>

Guttentag, A. D. (2009). The possible negative impacts of volunteer tourism. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 537-551. Retrieved 8. 4. 2013 from Business Source Complete database on the World Wide Web:

<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=a3e8c65b-8964-44c7-b972-49daca298be0%40sessionmgr4&hid=20>

Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku. Retrieved 9. 4. 2013 from the World Wide Web: <http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>

Jak se stát hostitelskou farmou. Retrieved 19. 6. 2012 from the World Wide Web: <http://wwoof.cz/pro-farmare/jak-se-stat-hostitelskou-farmou/>

McIntosh, A., J., Bonnemann, S., M. (2006). Willing Workers on Organic Farms (WWOOF): The alternative Farm Stay. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1), 82-99. Retrieved 8. 4. 2013 from Academic Search Complete database on the World Wide Web: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=32&sid=ba2f180e-a9f6-4715-a4f4-45cf691e9c9a%40sessionmgr111&hid=121>

Sin, H. L. (2009). Volunteer Tourism – „Involve me and I will learn“?. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 480–501. Retrieved 8. 4. 2013 from PsycINFO database on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738309000334#>

Sztruten, G. G., Dridea, C. R., Stan, E. R. (2010). The integration of eco-management in hotel management policies. *Annals of DAAAM & Proceedings*, 1171–1172. Retrieved 8. 4. 2013 from Academic Search Complete database on the World Wide Web: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=25&sid=ba2f180e-a9f6-4715-a4f4-45cf691e9c9a%40sessionmgr111&hid=121>

UNWTO. (2007). A Practical Guide to Tourism Destination Management. Retrieved 27. 4. 2013 on the World Wide Web: http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4745/8BCE/AD9A/ECA8/048B/C0A8/0164/0B7A/071115_practical_guide_destination_management_excerpt.pdf

Václavík, T. (2008). Agroturistika na ekofarmách: Jak na to. Retrieved 8. 4. 2013 on the World Wide Web: http://www.agro-envi-info.cz/files/dokumen/Agroturistika_na_ekofarmach.pdf

Who is WWOOF for? Retrieved 19. 6. 2012 from the World Wide Web: <http://www.woof.org/index2.asp>

Zákon č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů. Retrieved 8. 4. 2013 from World Wide Web: www.mvcr.cz/soubor/zakon-o-ds-platny-do-31-12-2014-pdf.aspx

Příloha č.1 Dotazník v českém jazyce

Vážený/Vážená WWOOF dobrovolníku/dobrovolnice,

právě jste otevřel(a) dotazník věnovaný WWOOF. Tento dotazník se zabývá Vámi jako dobrovolníkem, Vašimi zkušenostmi s WWOOF a tím, jak WWOOF hodnotíte. Výsledky tohoto dotazníku budou použity v mé bakalářské práci, která se zabývá motivací v dobrovolnickém cestovním ruchu a to právě formou WWOOF. Vyplnění dotazníku Vám bude trvat 10–15 minut. V případě jakýchkoliv nejasností či dotazů mě prosím kontaktujte.

Předem vám děkuji za vyplnění dotazníku a za Váš čas věnovaný propagaci WWOOF v České republice.

Anna Neumannová
FTK UP v Olomouci
neumannova.anna@seznam.cz
+420777859252

1. Jste:

- žena
- muž

2. Rok Vašeho narození:

3. Máte dítě/děti:

- ano – samostatné, můžu odjet na delší dobu
- ano – ještě není samostatné, bez něho/nich na delší dobu odjet nemůžu
- nemám

4. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:

- základní
- středoškolské bez maturity
- středoškolské s maturitou
- vyšší odborné
- vysokoškolské

5. V současné době jste:

- zaměstnán/a
- nezaměstnaný/á méně než 6 měsíců
- nezaměstnaný/á déle než 6 měsíců
- osoba samostatně výdělečně činná
- na rodičovské dovolené
- žena/muž v domácnosti
- student
- v důchodu

6. Máte odborné znalosti v oblasti zemědělství?

- v tomto oboru pracuji/jsem pracoval(a)
- mám vzdělání v oblasti zemědělství
- nemám odborné znalosti v tomto oboru, ale je to oblast mého zájmu
- o zemědělství se nezajímám

7. Platí pro Vás následující tvrzení (prosím zaškrtněte pravdivá tvrzení)?

- v současné době žiji ve městě
- žiji na venkově
- pracuji/studuji ve městě
- pocházím z vesnice
- mám vlastní zahradu/pole
- chovám hospodářská zvířata
- žiji v bytě
- žiji v rodinném domě

8. O organizaci WWOOF jste se dozvěděl(a):

- z internetu
- z médií
- od známých
- ze školy
- z propagačních materiálů WWOOF
- od jiné organizace
- jiné

9. Jak dlouho jste WWOOferelem (pokud jste členství přerušil(a), tak dobu přerušeni počítejte jako byste členství nepřerušil(a))?

- jeden rok
- dva roky
- tři roky
- čtyři a více let

10. Jste členem/členkou WWOOF i v jiné zemi než je Česká republika?

- ano
- ne

11. Byl/a jste už na WWOOF farmě v České republice?

- ano
- ne (v případě této odpovědi prosím přejděte na další stranu dotazníku a to kliknutím na "next page" na konci této strany)

12. Kolikrát jste od doby, co jste členem WWOOF, wwoofoval(a)?

- 1x–3x
- 4x–6x
- 7x–10x
- více než 10x

13. Nejčastěji Váš pobyt na farmě trval (zaškrtněte v případě i jedné účasti):

- 1–3 dny
- méně než 7 dní
- méně než 14 dní
- méně než 1 měsíc
- více než 1 měsíc

14. Ovlivnil vás pobyt na WWOOF farmě v následujících oblastech?

	Platilo už před mým pobytem na farmě	V tomto pobytu na farmě změnil	Zvýšil(a) jsem zájem o tuto oblast /tuto	Snížila jsem zájem o tuto oblast/ tuto	Tato oblast mě nezajímá a ani pobyt na farmě to nezměnil
kupuji výrobky od místních producentů	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
začal(a) jsem sám/sama farmařit nebo jsem nad tím začal(a) uvažovat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
snažím se být více šetrný k životnímu prostředí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zajímám se o alternativní způsoby obživy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jsem více samostatný/á	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zlepšila se má schopnost sebereflexe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jsem si vědom svých limitů	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zlepšila se má schopnost spolupráce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Využil(a) jste či plánujete využít získané zkušenosti, znalosti, dovednosti z pobytu na WWOOF farmě v následujících oblastech?

	ano	spíše ano	spíše ne	ne
výběr oboru studia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
výběr zaměstnání	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
praktické využití při studiu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
praktické využití v zaměstnání	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vlastní hospodaření	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
změna životního stylu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

změna vztahu k životnímu prostředí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nabyté znalosti a zkušenosti neplánuji využít/jsem nikde nevyužil(a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Zajím(a) jste se o okolní region farmy při svém pobytu na farmě?

- ano a měla jsem příležitost ho poznat
- ano, ale nepodařilo se mi ho poznat tak, jak jsem si představoval(a)
- poznat okolí farmy mě nelákalo

17. Ohodnoťte následující příležitosti, ke kterým WWOOF dává možnost podle toho, jak velkou v nich spatřujete přínosnost pro vás osobně (ohodnoťte hvězdičkami 1–4; 1=nevidím příležitost, 2=z mého pohledu malá příležitost, 3=je pro mě příležitost, 4=vidím velkou příležitost).

cestování (poznávání místních zajímavostí)	★★★★★
vzdělávání se v oblasti ekologického zemědělství	★★★★★
poznávání nových lidí a interakce s nimi	★★★★★
odpočinek od běžného života	★★★★★
poznání alternativního způsobu obživy (ekologicky šetrného, původního, soběstačného atd.)	★★★★★
aktivní dovolená	★★★★★
být někde nápomocný	★★★★★
podpora dobré věci (ekologie, drobných pěstitelů, místních produktů, rozvoj venkova atd.)	★★★★★

18. Organizace WWOOF má mnoho poboček po celém světě. Byly následující možnosti vašimi důvody se zaregistrovat právě do českého WWOOF?

	ano	spíše ano	spíše ne	ne
dopravní dostupnost (je to blízko)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atraktivita hostitelských farem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
chuť poznat české zemědělství	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
neznalost cizích jazyků	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nezájem o WWOOFing v jiných zemích	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

nedostatek času na cestování prostřednictvím WWOOF po jiných zemích	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nízké finanční náklady na cestu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
bezplatné členství	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Ohodnoťte kvalitu služeb české organizace WWOOF v následujících oblastech (čím více hvězdiček, tím více jste s danými službami spokojen(á)):

informace a pomoc při registraci	★★★★★
obsah profilu farem	★★★★★
srozumitelnost informací uvedených na stránkách wwoof.cz	★★★★★
online databáze farem	★★★★★
nabízené farmy	★★★★★
rychlost a efektivita komunikace	★★★★★

20. Které z následujících faktorů vám brání trávit více volného času pobytem na hostitelských farmách WWOOF (wwoofování) v České republice (v případě že jste ještě neuskutečnil(a) pobyt na farmě, které z následujících důvodů vám v tom brání)?

- nedostatek volného času
- malý výběr hostitelských farem
- vzdálenost hostitelských farem
- finanční důvody (cestovné)
- špatné zkušenosti z předešlého pobytu na farmě
- nechci veškerý svůj volný čas trávit jen WWOOFováním
- jiné

21. Ohodnoťte daná kritéria, jak jsou pro Vás důležitá pro výběr farmy (1=nedůležité, 2=minimálně důležité, 3=důležité, 4=rozhodující):

co se na farmě chová či pěstuje	★★★★★
způsob zemědělství	★★★★★
velikost farmy	★★★★★
druh práce	★★★★★
druh ubytování	★★★★★
druh stravy	★★★★★
délka pobytu požadována hostitelem	★★★★★
míra soběstačnosti farmy	★★★★★

doporučení od známých
doporučení od koordinátora WWOOF CZ
atraktivita okolního regionu
dopravní dostupnost



22. Pomohlo by vám při výběru farmy zřízení diskusního fóra pro sdílení zkušeností ostatních WWOOFerů z pobytů na jednotlivých farmách?

- ano
- ne

Toto byla poslední otázka. Děkuji za Váš čas věnovaný tomuto dotazníku. Pokud máte nějaké připomínky nebo byste chtěl(a) něco k dotazníku doplnit, prosím kontaktujte mě.

Anna Neumannová
FTK UP v Olomouci
neumannova.anna@seznam.cz
+420777859252

Příloha č. 2 Dotazník v anglickém jazyce

Dear WWOOF volunteer,

right now you are opening the survey, which is focused on WWOOF. This survey is interested on you as a volunteer, your experiences with WWOOF and what is your opinion on WWOOF. The results of this survey will be used in my master thesis, the topic is motivation in a voluntary tourism by WWOOF. The filling out of this survey will take you 10–15 minutes. In case of some questions, please, contact me.

Thank you in advance for filling out the survey and for devoting your time on promotion of WWOOF in Czech Republic.

Anna Neumannová
FTK UP v Olomouci
neumannova.anna@seznam.cz
+420777859252

1. What is your gender?

- male
- female

2. What is your year of birth?

3. Do you have any children?

- yes, but I can go for holiday without him/her/them
- yes, I must go for holiday with him/her/them
- no, I don't

4. What is your highest education reached?

- primary
- secondary
- secondary with the final exam
- college
- university

5. At the present you are:

- employed
- unemployed (less than 6 months)

- unemployed (more than 6 months)
- self-employed
- on maternity leave
- housewife/ houseman
- a student
- retired

6. Do you have any qualification in agriculture?

- I work/have worked in agriculture
- I have a school degree in agriculture
- I have none qualification but I am interested in agriculture
- I am not interested in agriculture

7. Are the following statements truthful for you? Tag all true answers.

- At the present I live in the city/ town
- At the present I live in the village
- I work/study in the city/ town
- I come from a village
- I have got my own garden/ field
- I have got farm animals
- I live in a flat
- I live in a family house

8. How did you find out about WWOOF?

- from the internet
- from media
- from friends
- from school
- from WWOOF promotional
- through some other organization
- other

9. For how long have you been a wwoofers? (If you have temporarily canceled your membership in WWOOF, do not count it as discontinued. Count the time since you have first started with wwoofing)

- one year
- two years
- three years
- four and more years

10. Are you a WWOOF member in some other country than Czech Republic?

- yes
- no

11. Have you ever been on the WWOOF farm in Czech Republic?

- yes
- no (in this case, please go to next page of this questionnaire by click on the botton "next page" in the end of this page)

12. How many times have you ever WWOOFed in Czech Republic?

- 1x–3x
- 4x–6x
- 7x–10x
- more than 10x

13. The length of the stay on the WWOOF farm in Czech Republic is mostly (in case that you have only wwoofed once, note the length of that one stay):

- 1–3 days
- less than 7days
- less than 14 days
- less than 1 month
- more than 1 month

14. Did the stay on a WWOOF farm affect you in these areas?

I have been interested in this area already	I have started to be interested in this area after	My interest in this area has grown	My interest in this area has descended after my	I am not interested in this area, my staying on the
--	---	---	--	--

	before my staying on the farm	my staying on the farm	after my staying on the farm	the farm	farm has not affected it
shopping products from local growers/ producents	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
doing farming on your own or thinking about starting it	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
taking the environment more in account	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
being interested in alternative ways of nourishment	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
being independent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
being more introspective	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
being more aware of your limits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
getting better in co-working	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Have you used or are you going to use experience, knowledge and skills gained on the WWOOF farm in these areas?

	yes	rather yes	rather no	no
study field choice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
employment choice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
practical use in your studies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
practical use at work	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
own household	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
life style change	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
approach to the environment change	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
you are not going to use/ have never used any knowledge or experience gained	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. During your stay on the farm, have you been interested in the surroundings of the farm?

- Yes, I have had a possibility to get to know it
- Yes, but I have not got a possibility to get to know it
- I have not been interested in getting to know the surroundings of the farm

17. Do you see WWOOF as a good opportunity to: (note: 1–4 stars, 1=I do not see an opportunity in it, 2=there is a small opportunity, 3= there is an opportunity in it, 4= I see a big opportunity in it)

travelling (getting to know interesting region, surroundings of the farm)	★★★★
education in the ecological farming area	★★★★
getting to know people, interaction with them	★★★★
rest from the every-day life	★★★★
discovering the alternative way of nourishment (ecologically convenient, original, independent)	★★★★
active holiday	★★★★
being helpful	★★★★
supporting a good thing (ecology, small growers, local products, country development)	★★★★

18. There are many branches of WWOOF all around the world. Was following feature the reason for becoming a member in the Czech WWOOF?

	yes	rather yes	rather no	no
accessibility (it is close, it is fast)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
attractiveness of hosting farms	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
interest in farming in the Czech Republic	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
improve language	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
no interest in wwoofing in other countries	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
not enough time to travel through WWOOF to other countries	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

low travel costs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
free membership	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Evaluate the WWOOF service quality in following areas (more stars mean better service):

information and help with the registration	★★★★★
the farm profile content	★★★★★
clarity of the information found on the WWOOF web-site	★★★★★
on-line farm database	★★★★★
provided farms	★★★★★
communication efficiency	★★★★★

20. Which of the following statements you are inhibited by from spending more time on WWOOF farms in the Czech Republic? (in case you have never been on the WWOOF farm, what inhibits you from doing so)

- lack of free time
- small choice of hosting farms
- distance from hosting farms
- costs (for travelling)
- bad experience from the previous farm
- I don't want to spend all my free time by wwoofing
- other reason

21. Evaluate the following by how important it is when choosing the farm (1=not important at all, 2=not very important, 3=important, 4=crucial):

what is grown or what animals there are held on the farm	★★★★
the way of farming	★★★★
the size of the farm	★★★★
the type of work	★★★★
the accomodation	★★★★
the food	★★★★
the length of the staying claimed by the owner of the farm	★★★★
self-sufficiency rate	★★★★
recommendation from people you know	★★★★
recommendation from the WWOOF coordinator	★★★★
the attractiveness of the surroundings of the farm	★★★★
travel accessibility	★★★★

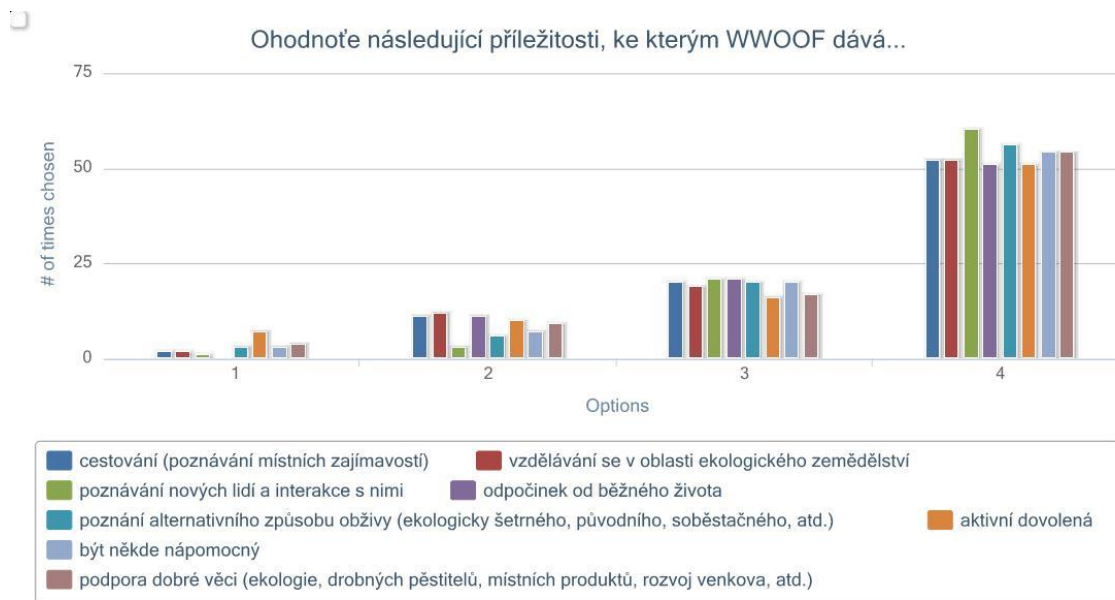
22. Would a special forum for sharing experience from wwoofers help you when choosing the farm to go to?

- yes
- no

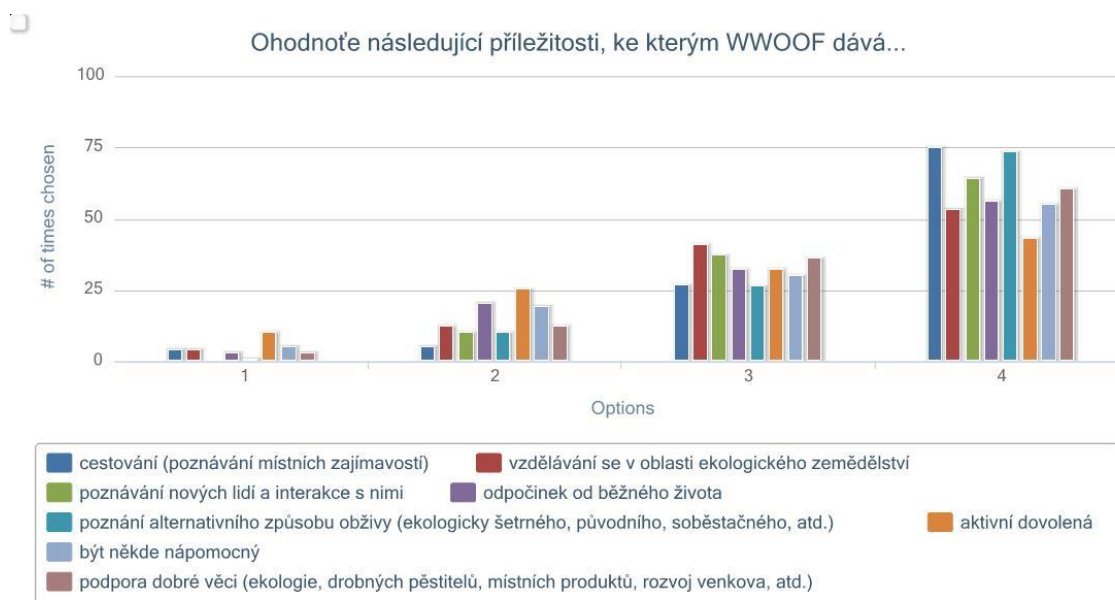
This was the last question. Thank you for your time devoted to this survey. If you have any questions or if you would like to refill something, please contact me.

Anna Neumannová
FTK UP v Olomouci
neumannova.anna@seznam.cz
+420777859252 "

Příloha č. 3 Grafy zobrazující rozdíly v odpovědích respondentů, co už na WWOOF farmě byli a těch co doposud nebyli, na otázku č. 17: Ohodnoťte následující příležitosti, ke kterým WWOOF dává možnost podle toho, jak velkou v nich spatřujete přínosnost pro vás osobně. Číselky na vodorovné ose znázorňují počet hvězdiček, který respondenti přidělili k jednotlivým příležitostem. **Zdroj:** www.kwiksurveys.com



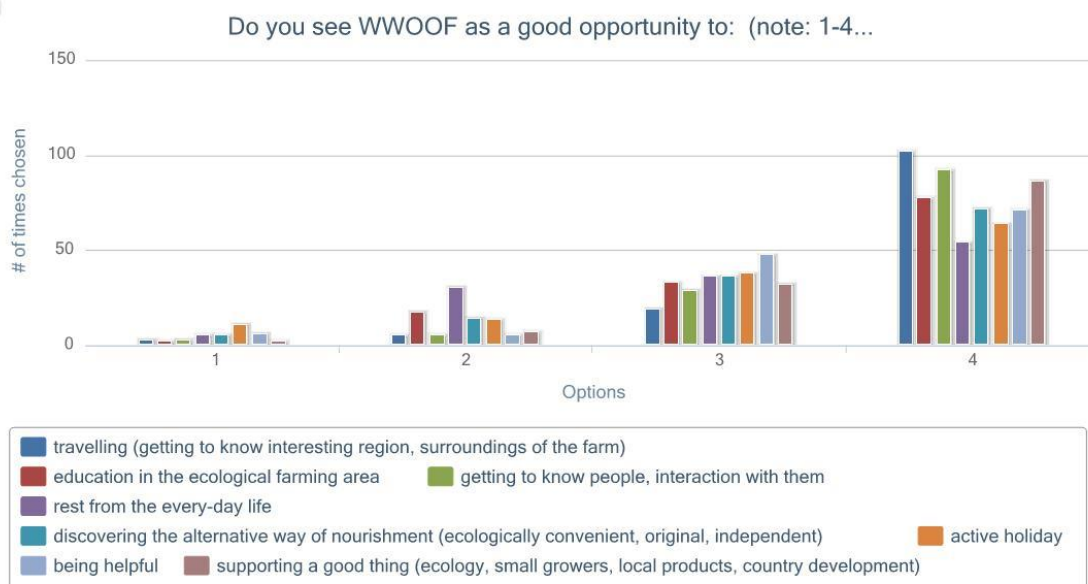
Obrázek č. 28 Česky mluvící respondenti, kteří pobyt na WWOOF farmě již absolvovali



Obrázek č. 29 Česky mluvící respondenti, kteří pobyt na WWOOF farmě doposud neabsolvovali



Obrázek č. 30 Anglicky mluvící respondenti, kteří pobyt na WWOOF farmě již absolvovali



Obrázek č. 31 Anglicky mluvící respondenti, kteří pobyt na WWOOF farmě dosud neabsolvovali

Příloha č. 4 Tabulka faktory ovlivňující výběr farmy

	Češi a Slováci				cizinci			
	nedůležitá	minimálně důležitá	důležitá	rozhodující	nedůležitá	minimálně důležitá	důležitá	rozhodující
co se na farmě chová či pěstuje	6,63%	9,69%	25,00%	58,67%	10,40%	20,23%	23,70%	45,66%
způsob zemědělství	8,67%	17,86%	32,65%	40,82%	8,67%	16,18%	32,37%	42,77%
velikost farmy	35,23%	31,61%	19,17%	13,99%	25,00%	38,95%	20,93%	15,12%
druh práce	10,42%	22,40%	34,38%	32,81%	4,62%	17,34%	34,10%	43,93%
druh ubytování	24,35%	37,31%	25,39%	12,95%	10,98%	24,28%	35,26%	29,48%
druh stravy	15,98%	34,54%	32,99%	16,49%	10,40%	27,17%	38,15%	24,28%
délka pobytu požadována hostitelem	8,29%	17,62%	45,08%	29,02%	7,51%	19,65%	42,20%	30,64%
míra soběstačnosti farmy	26,04%	33,33%	29,17%	11,46%	11,56%	26,59%	35,84%	26,01%
doporučení od známých	29,84%	24,08%	23,56%	22,51%	23,39%	21,64%	21,64%	33,33%
doporučení od koordinátora WWOOF CZ	35,26%	32,63%	24,74%	7,37%	22,94%	30,00%	26,47%	20,59%
atraktivita okolního regionu	13,02%	28,13%	39,58%	19,27%	8,14%	15,12%	38,95%	37,79%
dopravní dostupnost	31,25%	20,83%	31,77%	16,15%	8,67%	21,39%	31,79%	38,15%