

Implementace projektu Homestay ve vesnici Woen Buek

Diplomová práce

Vedoucí práce:

Mgr. Eva Taterová, MA

Bc. Ludmila Nováková

Brno 2016

Poděkování

Děkuji vedoucí své diplomové práce paní Mgr. Evě Taterové, MA., za odborné vedení, ochotný přístup a cenné rady, které mi během zpracování diplomové práce poskytla.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: *Implementace projektu Homestay ve vesnici Woen Buek* vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 20. května 2016

Abstrakt

NOVÁKOVÁ, Ludmila. *Implementace projektu Homestay ve vesnici Woen Buek*. Brno, 2016. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně.

Diplomová práce se zabývá tvorbou a aplikací modelového rozvojového projektu ve vesnici Woen Buek. Práce charakterizuje Thajské království, jeho rozvojové výzvy a turismus jako prostředek rozvoje venkovských komunit. Projekt se zaměřuje na implementaci produktu cestovního ruchu Homestay, který přispěje ke snížení chudoby členů skupiny i celé komunity. Snížení pomůže zapojení tamních obyvatel do turismu založeného na komunitě, přičemž je současně apelováno na zachování typické tváře obce.

Klíčová slova

Thajsko, Homestay, Turismus založený na komunitě, vesnice Woen Buek, rozvojový projekt

Abstract

NOVÁKOVÁ, Ludmila. *Implementation Homestay in village Woen Buek*. Brno, 2016. Diploma thesis. Mendel University in Brno.

The diploma thesis concentrates on the creation and application of a development project in the village Woen Buek. The thesis characterizes Thailand, its development challenges and tourism as a tool of developing rural communities. The development project proposal focuses on the implementation of the tourism product Homestay, which is expected to contribute to the decrease of poverty of group members and the entire community. This will help local inhabitants get involved in Community-based tourism, while striving to preserve the lifestyle of local residents.

Keywordsd,

Thailand, Homestay, Community-based Tourism, Ban Woen Buek, developing project

Obsah

1	Úvod práce	7
1.1	Úvod a cíl	7
1.2	Metodika	8
2	Základní východiska práce	14
2.1	Lidský a ekonomický rozvoj.....	14
2.2	Rozvojové země a rozvojová spolupráce	15
2.3	Rozvojová pomoc	18
2.3.1	Efektivita rozvojové pomoci	19
2.4	Turismus.....	21
2.4.1	Rozvoj turismu	23
2.4.2	Formy turismu.....	24
3	Charakteristika Thajska a jeho rozvojové výzvy	29
3.1	Thajské království.....	29
3.2	Makroekonomické ukazatele.....	30
3.3	Rozvojové výzvy Thajska	32
3.4	Human achievement index v provincii Ubon Ratchathani.....	35
3.5	Filozofie soběstačné ekonomiky	40
4	Turismus jako prostředek rozvoje venkovských komunit	42
4.1	Aplikace Community-based Tourismu	42
4.2	Homestay v Thajsku	44
4.2.1	Ukázka úspěšné realizace CBT a Homestay v Thajsku	47
4.3	Thajský turismus	49
4.3.1	Struktura příjezdějících turistů v Thajsku.....	51
4.3.2	Struktura příjezdějících turistů v provincii Ubon Ratchathani	55
4.3.3	Předpokládaný vývoj rozvoje turismu.....	56
4.4	Možnosti financování projektu	58
4.4.1	Thajský revolvingový fond měst a vesnic.....	58
5	Návrh modelového rozvojového projektu	61
5.1	Úvod do projektu.....	61
5.2	Cíle projektu	61
5.3	Charakteristika současného stavu obce	62
5.3.1	Vesnice Woen Buek	62
5.3.2	Turistický potenciál v obci a okolí.....	62
5.4	Odůvodnění projektu.....	66
5.5	Cílové skupiny	67

5.6	Marketingové využití	67
5.6.1	Produkt (Product).....	68
5.6.2	Cena (Price) produktu	69
5.6.3	Propagace (Promotion)	70
5.6.4	Umístění produktu (Placement).....	75
5.6.5	Lidé (People).....	75
5.6.6	Partnerství (Partnership)	78
5.6.7	Balíčkování (Packaging)	78
5.7	Harmonogram projektu	79
5.8	Ekonomické vyhodnocení projektu	81
5.8.1	Náklady projektu.....	81
5.8.2	Ekonomické zhodnocení investice	82
5.8.3	Redistribuce zisku.....	83
5.8.4	Analýza bodu zvratu	85
5.9	Identifikace rizik.....	86
5.9.1	SWOT analýza.....	89
5.10	Udržitelnost projektu	90
6	Závěr	91
7	Zdroje	93
8	Seznam zkratk	101
9	Seznam obrázků	102
10	Seznam tabulek	103
11	Seznam příloh	104

1 Úvod práce

1.1 Úvod a cíl

Cestovní ruch nebo také turismus je významným prvkem národního hospodářství ve všech zemích světa. V celosvětovém měřítku mají svými hodnotami největší význam pro využití potenciálu cestovního ruchu převážně oblasti v mírném a subtropickém pásu. V ostatních podnebných pásech, např. v tropickém pásu, je turismus soustředěn z velké části pouze do stejných lokalit, tedy přímořských turistických destinací. Tyto lokality se tedy stále mohou rozvíjet, ale ostatní, tj. méně známé regiony těchto zemí, nejsou schopny výše zmíněným konkurovat.

Mezi tyto státy lze zařadit právě Thajské království, kde turismus v posledních letech nabývá na významu a přináší s sebou rozvoj turisticky oblíbených regionů. Tyto turistické oblasti rostou rychleji než odlehlá území, ve kterých zůstává chudoba. Thajsko má vysoce exotický charakter a obálky cestovních katalogů lákají turisty do luxusních hotelů na břehu moře. Zde však nemají skoro žádný kontakt s místními obyvateli a jejich tradicemi. Zvýšením dostupnosti letecké dopravy a zjednodušením hledání informací se mnoho osob vydává poznávat jiné tváře království po vlastní ose. Často pouze s batohem na zádech cestují do odlehlých končin, kde mají zájem poznávat místní, mnohdy velmi odlišnou kulturu.

Méně známé oblasti, které nedisponují přímořským, historickým či průmyslovým potenciálem, mají problém se jak po ekonomické, tak i sociální stránce vyrovnávat vyspělejšími regionům Thajska. Tyto odlehlé oblasti, které jsou především venkovského charakteru, se snaží rozvíjet nové formy turismu převážně založené na komunitě, tj. Community-based Tourism (dále jen CBT). Tato forma turismu bere ohled na zachování životního prostředí a snaží se udržet kulturní hodnoty a tradice tamní populace. Jednou z hojně využívaných služeb CBT v Thajsku je produkt Homestay. Tento produkt cestovního ruchu je založen na nabídce ubytování přímo v domech místních obyvatel, což přináší zvýšení ekonomického příjmu obyvatel, prostřednictvím kterého se zvýší i životní podmínky v obci.

Předkládaná diplomová práce se zabývá možností implementace Homestay ve vesnici Woen Buek, která se nachází v severovýchodním regionu, kde se vyskytuje nejvíce osob postižených chudobou. Obec je situována v nejvýchodnější části provincie Ubon Ratchathani, na hranicích s Laosem, který je oddělen řekou Mekong.

Tato práce popisuje socioekonomickou situaci v království i provincii Ubon Ratchathani. Dále charakterizuje podmínky ve zkoumané vesnici Woen Buek, hledá možné cesty jejího rozvoje a snížení chudoby. Cílem práce je posouzení implementace projektu Homestay a jeho vlivu na obyvatele obce i celou komunitu. Zvýšením ekonomických příjmů residentů vesnice projekt podpoří lidský rozvoj, zlepší životní podmínky a redukuje chudobu v obci. K dosažení tohoto cíle je nutné zajistit fungování produktu cestovního ruchu Homestay ve vesnici, spravedlivě redistribuovat zisk a vhodným aplikováním projektu zachovávat tradiční Bru kulturu a tradice v obci.

1.2 Metodika

Struktura této diplomové práce je metodicky řazena dle logických souvislostí, které pomáhají pochopit zvolený obsah. Nejprve jsou sesbírána data týkající se jádrové oblasti řešení. Rozvojové projekty jsou živě a obsáhle diskutovaným tématem mnoha autorů, proto jsou vybrána pouze základní východiska: lidský a ekonomický rozvoj, rozvojové země, rozvojová spolupráce a formy turismu (jsou rozepsány pouze ty, které se týkají rozvoje daného území, všechny ostatní jsou pro návrh modelového rozvojového projektu nerelevantní).

Další kapitola se zaměřuje na území Thajského království. Zkoumá prve makroekonomické ukazatele, které ukazují rychlý růst rozvojové ekonomiky (ta může způsobovat nerovnoměrné rozdělení příjmů). Následně řeší současný stav rozvojové situace a její výzvy. Rozvojová situace je dále rozebrána prostřednictvím indexu Human Achievement Index (HAI je zpracován UNDP), který je vybrán pro svou komplexnost a vysokou vypovídající hodnotou. Často využívaný Human Developing Index je v diplomové práci zahrnut pouze okrajově, jelikož se zabývá pouze třemi parametry lidského rozvoje oproti HAI, který jich hodnotí celkem osm.

Po zjištění stavu rozvojové situace je popsána možnost rozvoje rurálních komunit

pomocí aplikace Community-based Tourism, jež je již v Thajsku hojně využívanou platformou. Jsou hledány dostupné informace majoritně z vědeckých článků, které popisují úspěšnou realizaci CBT v kombinaci s hlavním aplikovaným produktem Homestay (HS). Rozvoj CBT stojí na návštěvnicích, proto je rozebrán potenciál přijíždějící turistů a jeho možný vliv na projekt. Tyto data jsou získána z Odboru Turismu spadající pod thajské Ministerstvo turismu a sportu (MOTS), které vydává pravidelné a podrobné zprávy o příchozích turistech. Závěrem této části je zhodnocen report Světové organizace cestovního ruchu s predikcí vývoje stavu turismu v Thajsku. Po zjišťování, zdali je turismus vhodným prostředkem pro rozvoj venkovských komunit, je hledána možnost vhodného financování. Bude ověřeno, jestli je možnost financování Thajskou vládou aplikovatelné na navržený projekt.

Klíčovou kapitolou diplomové práce je návrh modelového rozvojového projektu. K dosažení cíle projektu je nutné následovat fáze projektového managementu, které zahrnují **vznik projektu** (základní myšlenka, sběr dat, vyhodnocování přínosů projektu a příprava dokumentové činnosti), **plánování projektu** (definování pracovních činností, vymezením zdrojů, naplánováním časového harmonogramu, vymezení rizik), **realizační fázi projektu** (složení projektového týmu, uskutečnění plánovací fáze), **řízení a kontroly** (provedení realizačních fází, sledování průběhu realizace s případným reagováním na vzniklá rizika), **ukončení projektu** (doba udržitelnosti).¹ Projektový management je tedy proces, který složí k tomu, aby byl projekt realizován v souladu s danými cíli. Projektové řízení spočívá v rozplánování a realizaci činností, které je třeba uskutečnit v požadovaném termínu s ohledem na náklady. Stručně je možné projektový management charakterizovat jako účinné a efektivní dosahování změn.²

Návrh modelového projektu je tvořen sběrem dat formou rozhovorů, diskuzí, pozorováním a účastí na běžném životě v obci Woen Buek spolu s učením tradičních řemesel

¹ KERZNER, Harold. Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. 10th ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley, c2009. p. 3 ISBN 978-0-470-27870-3.

² JAROLÍMEK, Michal, Jaromír POLÁŠEK a Karel ŠTEKER. Projektový management I a II: komplexní průvodce s příklady. 2., rozš. vyd. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013. Prosperita firmy. s.13 ISBN 978-80-7394-407-0.

a zvyků a hledáním potřeb obyvatel vesnice po dobu jednoho měsíce. Tento výzkum je zásadní pro návrh konkrétního projektu a byl diskutován s místními obyvateli, kteří projevili zájem a snahu projekt realizovat. Formální rozhovory proběhly se starostou obce Woen Buek panem Sudthid PhoengPha, vedoucím skupiny HS panem Sommsamai Tufar, učitelkou místní základní školy paní Sakaorat Raksa, panem Yutaka Tomioka, zabývající se studiem Bru etnika a členy kanceláře cestovního ruchu v Khong Chiam Junjeera Sangwongkit. Terénní šetření je zaštitěno Fakultou regionálního rozvoje a mezinárodních studií Mendelovy univerzity v Brně prostřednictvím systému odborných stáží v rozvojových zemích, konkrétně Scholarly Internship in Developing Countries.

Struktura návrhové části je postavena na základech zkrácené formy studie proveditelnosti³. Vzhledem k faktu, že financování projektu není závislé na dotačních evropských fondech a není dána konkrétní skladba ze strany financování Thajského revolvingového fondu, je vybrána studie proveditelnosti jako přehledný nástroj pro jeho strukturu.

Podstatnou složkou tvorby modelového rozvojového projektu je marketingová část v tomto případě aplikovaná pro rozvoj určité lokality, je tedy hovořeno, o marketingovém využití cestovního ruchu. Marketingový mix je definován jako soubor taktický nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti své nabídky a pro její prosazení na trhu. Jedná se zejména o čtyři prvky v literatuře označované jako 4P, Product, Price, Placement and Promotion.⁴ Autoři jako Morrison používají další prvky a to People, Packaging a Partnership.⁵ Využití těchto rozšiřujících prvků a služeb je důležité z důvodu, že na jejich tvorbě mají velký podíl lidé. Dále Jakubíková vysvětluje, že mnoho služeb není nabízeno samostatně,

³ SIEBER, Patrik. Studie proveditelnosti = Feasibility study: metodická příručka. 1.4. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, ČR, 2004. s. 5,6. ISBN 2-1167.953.

⁴ FORET, Miroslav. *Cestovní ruch v regionálním rozvoji: Tourism in regional development*. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2014. 57/ ISBN 978-80-7509-051-5.

⁵ MORRISON, Alastair M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-90-2.

ale v určitém souboru tak, aby uspokojili očekávání zákazníka, proto je vytvořeno balíčkování služeb.⁶

Čas a fáze projektu lze vyjádřit mnoha způsoby a mnoha metodami např. síťové grafy a kritické cesty. Byla vybrána metoda pomocí Ganttova grafu, který souží pro přehledné zobrazení časového rozvržení projektu, jednotlivých fází, činností a jejich návaznosti. Soubor aktivit vede k dosažení cílů projektu.⁷

Aby byl projekt úspěšný, je nutné provést ekonomické zhodnocení vložené vstupní investice a vypočítány základní ekonomické parametry. Analýza slouží ke komplexnímu zhodnocení finanční situace podniku, v regionálním rozvoji tedy ke zhodnocení projektu. Pomáhá odhalit, zda je projekt ziskový, zda využívá efektivně svých zdrojů, zda je schopen dostát svých závazků a celou řadu dalších skutečností.⁸ Vyhodnocení probíhá za pomoci následujících ukazatelů:

Čistá současná hodnota udává, kolik peněžních jednotek, realizace projektu přinese při zohlednění času. Jedná se o součet diskontovaných hotovostních toků v jednotlivých letech projektu.

$$ČSH = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

kde: ČSH - čistá současná hodnota

CF_t - peněžní toky v jednotlivých letech

n - doba životnosti projektu

r - diskontní úroková míra⁹

⁶ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy. 2.*, rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.

⁷ DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO. *Projektový management podle IPMA. 2.*, aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). s. 178 ISBN 978-80-247-4275-5.

⁸ KNÁPKOVÁ, Adriana, Drahomíra PAVELKOVÁ a Karel ŠTEKER. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady. 2.*, rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Prosperita firmy. s. 17. ISBN 978-80-247-4456-8.

⁹ DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO. *Projektový management podle IPMA. 2.*, aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). s. 178 ISBN 978-80-247-4275-5.

Vnitřní výnosová míra (IRR). Projekt je dobrou investicí a lze doporučit, pokud je hodnota IRR vyšší než stanovená diskontní sazba. Výpočet vychází ze vzorce čisté současné hodnoty, pouze diskontní sazbu r nahradíme IRR.

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t}$$

Kde: CF_t - peněžní toky v jednotlivých letech

IRR - vnitřní výnosová míra

n - doba životnosti projektu

Návratnost investice (ROI) je ukazatel hodnotící návratnost vložených prostředků. Výsledek říká, kolik peněžních jednotek zisku nám přinese každá 1 investovaná jednotka. Postup pro výpočet:¹⁰

$$ROI = \frac{\text{výnos} - \text{investice}}{\text{investice}}$$

Index ziskovosti vyjadřuje poměr současné hodnoty pozitivních diskontovaných CF k počátečním kapitálovým výnosům. Projekt je přijatelný, pokud je výsledná hodnota větší než 1. Výsledek udává relativní vyjádření „obohacení“ společnosti.¹¹

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1 + r)^t}}{I}$$

kde: PI - index ziskovosti

I - počáteční kapitálové výdaje

CF_t - peněžní toky v jednotlivých letech

n - doba životnosti projektu

r - diskontní úroková míra¹²

¹⁰ DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO. Projektový management podle IPMA. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). s. 178 ISBN 978-80-247-4275-5.

¹¹ JINDŘICHOVSKÁ, Irena. *Finanční management*. V Praze: C.H. Beck, 2013. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-052-2.

¹² *Management mania: doba návratnosti* [online]. Pilsen: Science and Technology Park Pilsen, 2015 [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/doba-navratnosti>

Dynamická doba návratnosti zkoumá počet let, po které se investice bude vracet. Je počítána z diskontovaných toků a udává dobu, která je zapotřebí k tomu, aby se kumulované hotovostní toky od roku 1 vyrovnaly investici. Pokud je výsledná hodnota menší než očekávaná doba životnosti projektu, náklady na něj vynaložené se v době jeho provozu vrátí.¹³

Bod zvratu je analýza, která pomáhá zjistit kritický objem prodeje, při kterém se tržby právě rovnají nákladům.¹⁴

Poslední metodicky důležitou kapitolou je realizace SWOT analýzy, kterou lze též označit jako analýzu rizik. Jejím cílem je sestavit reprezentativní seznamy pro silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby projektu. Její podstatou charakteristika *strenghts* (vnitřní síly a přednosti, neboli silné stránky) a *weaknesses* (vnitřní slabé stránky). Dále pak *opportunities* (vnější příležitosti) a *threats* (externí hrozby).¹⁵ Podklady pro zpracování SWOT analýzy lze shromáždit dle nejrůznějších technik, př. interview, diskuse expertů, tzv. brainstorming, porovnání s konkurenty, tzv. benchmarking či převzetím dílčích analýz.¹⁶ SWOT analýza tohoto projektu byla tvořena kombinací těchto metod.

¹³ *Management mania: doba návratnosti* [online]. Pilsen: Science and Technology Park Pilsen, 2015 [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/doba-navratnosti>

¹⁴ DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO. Projektový management podle IPMA. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). s. 178 ISBN 978-80-247-4275-5.

¹⁵ Tamtéž.

¹⁶ KEŘKOVSKÝ, Miloslav a Oldřich VYKYPĚL. Strategické řízení: teorie pro praxi. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2006. C.H. Beck pro praxi. s. 120s. ISBN 80-717-9453-8.

2 Základní východiska práce

2.1 Lidský a ekonomický rozvoj

Lidský rozvoj je koncept, který vznikl v reakci na úzce pojatý ekonomický rozvoj. Na lidský rozvoj je nahlíženo jako na rozšiřování lidských možností žít plnohodnotný život. (Tento pojem je ovšem velmi těžce definovatelný a v každém kulturním prostředí se může jeho význam různit). Obecně lze však říci, že ekonomický rozvoj je pouze prostředníkem k naplňování cílů lidského rozvoje, lidský rozvoj je tedy možnost prožít dlouhý a zdravý život, získat adekvátní vzdělání, mít přístup ke zdrojům, které zajistí lidem důstojný život, mít možnosti podílet se na rozhodování, které ovlivňuje místní komunitu. Klade tedy důraz na potřeby jednotlivců a komunit.¹⁷ Dokonce i u bližší specifikace je obtížné charakterizovat dané pojmy („dlouhý život“, „adekvátní vzdělání“ či „důstojný život“) a měřitelně charakterizovat jejich hodnotu. Zde dochází k určitému zjednodušení a je používán pojem socio-ekonomický rozvoj lidské společnosti.

Nejnámější a nejvíce používaným indikátorem lidského rozvoje je používán stejnojmenný Human Development Index (HDI). Index lidského rozvoje se zaměřuje na tři základní dimenze lidského rozvoje: a) vést dlouhý a zdravý život, měřeno podle naděje dožití při narození; b) schopnost získávat znalosti, měřeno průměrným počtem let školní docházky; c) schopností dosáhnout slušnou životní úroveň, měřeno hrubým národním důchodem na obyvatele. Zpráva o lidském rozvoji (vydáváná UNDP) měří lidský rozvoj komplexněji adále poukazuje na další indexy odkazující na kvalitu lidského rozvoje. Například indikátor Index Gender Development, který porovnává hodnoty mužského a ženského HDI a upozorňuje na nerovné postavení mužů a žen ve společnosti. Či Multidimenzionální index chudoby tzn. Poverty Index a uvádí i Index lidského štěstí (Gross National Happiness)¹⁸ či Human Achievement Index.

¹⁷ OPRŠAL, Zdeněk. Mezinárodní rozvojová spolupráce: vybrané aspekty. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. s. 7 ISBN 978-80-244-3948-8.

¹⁸ JAHAN, Selim. Human Development Report 2015: Work for Human Development. New York: United Nations Development Programme, 2015. ISBN 978-92-1-126398-5.

Ekonomický rozvoj

Ekonomický rozvoj lze definovat jako proces strukturální transformace hospodářství států. Probíhá změna struktury zaměstnanosti a změna podílu jednotlivých hospodářských sektorů na ekonomické produkci, tzn., klesá význam primárního zemědělského sektoru a naopak stoupá podíl terciéru, tzn. průmyslu a služeb. Ekonomický rozvoj bývá často zaměňován s ekonomickým růstem, přestože tomu tak není. Pro jednoduchost bývají indikátory ekonomického rozvoje odvozeny od ekonomického růstu. Nejběžnějším ukazatelem je proto hrubý domácí produkt HDP (či HNP – hrubý národní produkt).¹⁹

Světová banka na základě hodnoty HNP na osobu klasifikuje země do tří příjmových skupin: země s nízkými příjmy (do 1 045 USD a méně), země se středními příjmy (ty dále dělíme na země s nižším středním příjmem (1 045 USD – 4 085 USD), vyšším středním příjmem (4 085 USD - 12 736 USD) a země s vysokými příjmy (12 736 USD a více).²⁰

2.2 Rozvojové země a rozvojová spolupráce

Označení rozvojové země se rozšířilo ve světě od roku 1964, kdy bylo oficiálně použito na prvním zasedání Konference OSN pro obchod a rozvoj (UNCTAD).²¹ Základní obecně používané vymezení pochází od tří významných mezinárodních organizací.

Pravděpodobně nepoužívanější a zároveň nejjednodušší indikátor vychází od Světové banky. Její klasifikace je založena na hrubém národním důchodu (HND) na osobu v amerických dolarech. Je zajímavé, že přepočtení není založeno na přepočtu parity kupní síly (PPP), ale na směnném kurzu. Tento přepočtení však podhodnocuje skutečnou úroveň produkce (důchodu) v zemích s nízkou úrovní, a zároveň nadhodnocuje rozdíly mezi

¹⁹ OPRŠAL, Zdeněk. Mezinárodní rozvojová spolupráce: vybrané aspekty. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. s. 7 ISBN 978-80-244-3948-8.

²⁰ THE WORLD BANK: Country and Lending Groups [online]. 2016 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: http://data.worldbank.org/about/country-and-lending-groups#Low_income

²¹ ADAMCOVÁ, Lenka a Tereza NĚMEČKOVÁ. Rozvojová ekonomika. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2009. s. 20 ISBN 978-80-245-1515-1.

zeměmi s nízkým důchodem, tím se rozdíly mezi oběma skupinami prohlubují. Světová banka hodnotí země dle jediného kritéria, což se může zdát jako nevypovídající, avšak sama banka upozorňuje, že nehodnotí svou klasifikaci jako míru rozvoje, ale pouze jako rozlišení výše důchodu v jednotlivých zemích.²²

Druhou organizací je Mezinárodní měnový fond (MMF). Ten členění posiluje o další dva ukazatele a to diverzifikace vývozu a míru integrace do globálního finančního systému. Poslední rozdělení určuje klasifikace dle Rozvojového programu Organizace spojených národů (UNDP). Ta hodnotí země dle indexu lidského rozvoje (HDI). Index zahrnuje tři základní oblasti lidského rozvoje – zdraví, vzdělání a životní úroveň. Zdá se tedy, že má více vypovídající hodnotu z hlediska hodnocení rozvojových zemí. Někteří autoři ale kritizují, že index postrádá hodnocení například politické svobody či nerovnosti.²³

Dalším ukazatelem, který vydává Rozvojovým program OSN (The United Nations Development Programme - UNDP) je Human Achievement Index (HAI). HAI byl zaveden v Thajsku v roce 2003, je to první lidský rozvojový index na provinční úrovni, který poskytuje celkové posouzení situace lidského rozvoje. Je to užitečný nástroj zachycující rozdíly vyspělosti regionů, které jsou seřazeny do přehledného pořadí. HAI je poskládán celkem z osmi indexů, založených na 40 různých indikátorech. Index následuje životní cyklus, začíná tím nezbytným, co každý potřebuje od prvního dne života – zdraví – následuje další důležitý krok každého dítěte – vzdělání. Po ukončení školní docházky, přichází kapitola zaměstnání a zajištění dostatečného příjmu, která zajišťuje slušné bydlení a životní prostředí k užití rodiny a komunitního života. Závěrem je zaměřen na komunikaci, možnost dopravy spolu s participací na sociálních rolích v komunitě.²⁴

²² SYROVÁTKA, M. a J. HARMÁČEK. *Klasifikace rozvojových zemí: vybrané kapitoly* [online]. Olomouc. Univerzita Palackého v Olomouci, 2014 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <http://goo.gl/sZMd4r>

²³ Tamtéž.

²⁴ UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. *Thailand human development report, 2007: sufficiency economy and human development*. [Bangkok: United Nations Development Programme, 2007. ISBN 9748812634

Jako možnosti členění se nabízí kategorizace i z jiných hledisek, například geografické, historické, ekonomické, politické či kulturně-náboženské atd. Toto dělení není běžně uváděno z důvodu případné složitější komparace.²⁵

Na základě vymezení rozvojových zemí je možno charakterizovat rozvojovou spolupráci. Termín se zrodil po druhé světové válce jako modernější pojetí pomoci zakládající na odkazu humanitární tradice. Ztvárňuje obecnější a širší pojetí lidského rozvoje a partnerského postoje všech zúčastněných stran. Spolupráce cílí na monitorování méně rozvinutých zemích světa, jejich dlouhodobých sociálních a ekonomických podmínek a na hledání způsobů, jak by se tyto podmínky daly globálně zlepšit. Díky procesu globalizace současného světa dochází mimo redukci času, vzdáleností a obecného lidského propojování také k radikálnímu zvýšení nerovnováhy v distribuci ekonomické a politické moci ve světě. Zvyšující se technický pokrok produkuje přesnější ukazatele ekonomické vyspělosti. Jedná se také i o mnoho jiných indikátorů rozvoje, které pomáhají jasněji a přehledněji pojmenovat propastné rozdíly mezi rozvinutými a rozvojovými regiony světa.²⁶

Obecně je rozvojová spolupráce označena jako vnější konkrétní zásah do rozvojových zemí za účelem pozitivní společenské změny, nejčastěji snížení chudoby. Jsou rozlišeny dva druhy pojetí: širší či užší. Širší pojetí zahrnuje různorodé rozvojové intervence nejen ze strany bilaterálních a multilaterálních donorů, ale také prostředky nevládních organizací a soukromých nadací a dárců. Užší pojetí je v podobě oficiální rozvojové pomoci (Official Development Assistance, ODA). ODA označuje transfery zdrojů ve formě peněz, zboží nebo služeb od bilaterálních donorů do rozvojových zemí. Transfery: mohou být poskytnuty oficiálními agenturami (tj. národními, místními orgány státní správy), jsou použity s hlavním cílem podpořit ekonomický rozvoj a blahobyt v rozvojových zemích či mají koncesionální charakter. V rámci zefektivňování pomoci

²⁵ ADAMCOVÁ, Lenka a Tereza NĚMEČKOVÁ. Rozvojová ekonomika. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2009. s. 20 ISBN 978-80-245-1515-1.

²⁶ RAJCHLOVÁ, Jaroslava a Tereza NĚMEČKOVÁ. Neziskové organizace a rozvojová pomoc. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2014. s.79 ISBN 978-80-7509-034-8.

byl zaveden seznam příjemců ODA, na kterém jsou uvedeny pouze země s nižší úrovní socioekonomického rozvoje a tuto pomoc skutečně potřebují.²⁷

Je podstatné rozlišovat mezi pojmy rozvojová spolupráce a humanitární pomoc. Zatím co rozvojová spolupráce má dlouhodobý charakter a jedná se spíše o rovnocenné partnerství donorského země a beneficienta. Tak humanitární pomoc má krátkodobější povahu s cílem zlepšit situaci obětí přírodních či lidsky způsobených katastrof a zajistit základní lidské potřeby.²⁸

2.3 Rozvojová pomoc

Rozvojová pomoc je jedním z prvků globálního ekonomického systému a hraje významnou roli ve vývoji mnoha rozvojových zemí. Mezi poskytovateli pomoci panuje přesvědčení, že rozvojová pomoc by měla zaujímat pouze doplňující charakter, hlavní složkou by mělo být vlastní vnitřní úsilí rozvojových zemí o trvale udržitelný růst a rozvoj.²⁹ V současnosti Evropská komise společně s jednotlivými členskými státy patří mezi největšího kolektivního dárce, ročně poskytují více než polovinu veškeré světové rozvojové pomoci.³⁰

Rozvojovou pomoc můžeme rozdělit na pomoc dle obsahu (finanční, technickou a hmotnou) či pomoc dle povahy (projektová pomoc a programová pomoc).

Finanční pomoc může mít povahu jak čistě peněžní, nebo zvýhodněných půjček a grantů. Technická pomoc představuje přenos znalostí, zkušeností a know-how, převážně ve formě vysílání odborného personálu, vzdělávání místního obyvatelstva, organizování školení atp. Tento druh pomoci zastupuje přibližně jednu čtvrtinu prostředků určených na rozvojovou pomoc. Hmotná pomoc poskytuje hmotné vybavení či materiál např.

²⁷ OPRŠAL, Zdeněk. Mezinárodní rozvojová spolupráce: vybrané aspekty. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. s. 7 ISBN 978-80-244-3948-8.

²⁸ Tamtéž.

²⁹ ADAMCOVÁ, Lenka a Tereza NĚMEČKOVÁ. Rozvojová ekonomika. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2009. s. 304 ISBN 978-80-245-1515-1.

³⁰ RAJCHLOVÁ, Jaroslava a Tereza NĚMEČKOVÁ. Neziskové organizace a rozvojová pomoc. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2014. s.76 ISBN 978-80-7509-034-8.

lékařské přístroje, učební pomůcky atp. Mezi hmotnou pomoc patří také pomoc potravinová.³¹ Projektová pomoc reprezentuje tradiční variantu, kdy donor financuje nebo přímo realizuje individuální rozvojové projekty. Součástí této kategorie je i zpracovávaná návrhová část projektu Homestay v Thajském království. Dále pomoc programová, ta je považována za inovativní nástroj a snaží se redukovat nadměrný počet individuálních projektů realizovaných jednotlivými dárci.³²

2.3.1 Efektivita rozvojové pomoci

*Daruješ-li člověku rybu, nakrmíš ho na den, naučíš-li ho rybařit, dáš mu potravu pro celý život.*³³

Účinnost rozvojové pomoci je v odborné literatuře živě diskutovaným tématem. Mnoho autorů se však shodne, že primárně záleží na druhu pomoci. Zatímco humanitární pomoc je neoddiskutovatelným pramenem podpory, u finanční rozvojové spolupráce to tak zcela jasné není. Mnozí autoři kritizují rozvojovou finanční pomoc z hlediska jejího vlivu na ekonomický růst. Jak již bylo výše uvedeno, ekonomický rozvoj je navázán na rozvoj lidský. Autory pro náš účel rozdělíme do dvou skupin:

- **Rozvojová pomoc podporuje ekonomický růst**

Optimistické studie došly k závěru, že rozvojová pomoc má kladnou souvislost k ekonomickému růstu fakticky za všech okolností. I když ani ty nemohly skrýt fakt, že v jednotlivých případech k selhávání pomoci přece jen dochází. Explikace však nebyla hledána v povaze nebo způsobu poskytování pomoci, ale byla přičítána vlivu vnějších faktorů, které konkrétní státy nemohou samy ovlivnit (např. obchodní bariéry, dědictví kolonializmu, nevhodné přírodní podmínky a katastrofy atp.). Autoři charakterizují tyto vnější nepříznivé podmínky jako příčina všech přetrvávajících problémů a chudoby, která může být napravena pouze vhodnými vnějšími zásahy. Toto

³¹ OPRŠAL, Zdeněk. Mezinárodní rozvojová spolupráce: vybrané aspekty. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. s. 15 ISBN 978-80-244-3948-8.

³² Tamtéž.

³³ Čínské přísloví. *Poeta: moderní literární server* [online]. 2016 [cit. 2016-05-09]. Dostupné z: <http://www.poeta.cz/citaty/autori/prislovi-cinske>

tvrzení vystihuje citát ekonoma J. Sachse: „*Africa's governance is poor because Africa is poor.*“³⁴

- **Rozvojová pomoc nepodporuje ekonomický růst**

Tito autoři tvrdí, že hlavním důvodem ekonomického růstu je obchod, nikoli přísun finančních prostředků z vnějšku. Obchodní činnost obyvatel dokáže posílit ekonomický růst lépe, než často neefektivní intervence shora. Neúčinnost je demonstrována zejména na příkladu subsaharské afriky.

Ekonom Mojmír Hampl³⁵ poukazuje na fakt, že od roku 2004 (přepočítáno na ceny tohoto roku) bylo nejchudším zemím světa od roku 1960 – 2004 přerozděleno 650 miliard USD mezivládními či nadnárodními organizacemi. Zahrneme-li i soukromé sbírky a nadace, dosáhne výše pomoci až na dva biliony dolarů. Přitom dle údajů Světové banky subsaharská ekonomika za posledních dvacet let nezbohatla, ale naopak zchudla (měřeno v HDP na osobu a v paritě kupní síly) až o 15 - 25 %. A nejen to, zhoršení situace bylo prokázáno i v měkkých ukazatelích, jako jsou fungování demokratických institucí či vymahatelnosti práva. Hampl jako důvody uvádí více faktorů. Jeden z nich je určitá „lenost“ chudých národů, snažit se zlepšit lokální ekonomiku, neboť udržovat ekonomiku ve špatné kondici, zajistí přísun kapitálu dalšího mnohem snadněji.³⁶

Na základě posouzení efektivnosti rozvojové pomoci, je zvolena forma podpory rozvojového projektu, který přímo zapojí místní obyvatele do fungování tohoto plánu. Dále využije jejich komunální zdroje jak hmotné, tak i lidské. Předáním know-how se projekt stane udržitelným.

³⁴ OPRŠAL, Zdeněk. Mezinárodní rozvojová spolupráce: vybrané aspekty. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. s. 83 ISBN 978-80-244-3948-8.

³⁵ Viceguvernér České národní banky. Funkční období od 1. 3. 2008. DUBA, Nomsa, Marek a LOUŽEK. Rozvojové země: potřebují pomoc, nebo volné trhy? : sborník textů. Vyd. 1. Praha: CEP - Centrum pro ekonomiku a politiku, 2009. Ekonomika, právo, politika, s. 25. ISBN 978-80-86547-74-9.

³⁶ Tamtéž.

2.4 Turismus

„Přehled o soudobém světě patří skutečně k základům lidské vzdělanosti“³⁷

Jelikož se návrhová část projektu zabývá implementací projektu Homestay, při níž se přirozeně počítá s rozvojem cestovního ruchu³⁸, a tím spojeného s přílivem cizího kapitálu do komunity. Je na místě definovat cestovní ruch jako takový, vyjádřit jeho důležitost ve světovém měřítku a sledovat mezinárodní tendence, jež rozvoj turismu předpokládají a tím přímo ovlivní úspěšnost návrhového projektu.

Základní definice byla konkretizována Světovou organizací cestovního ruchu v kanadské Ottavě (1991). Cestovní ruch obsahuje tři základní skutečnosti:

- Jedná se o změnu místa,
- o dočasnost pobytu,
- jiný než pracovní, nevýdělečný charakter pobytu v navštíveném místě (může se však jednat o služební, obchodní či jinak pracovně motivovanou cestu, jejíž zdroj vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště, např. veletržní turistika atp.)³⁹

Turismus je velmi specifické odvětví se širokým ekonomickým dopadem na mnoho dalších odvětví, jako je doprava, zemědělství, stavebnictví, bankovníctví atd. Jejich mnohonásobný dopad potvrzuje teze, že každá nová pracovní pozice v turismu vytvoří další tři místa v jiných sektorech (ať už kvalifikovaná či bez kvalifikace). Při rozvoji cestovním ruchu vzniká příležitost pro rozvoj malých podniků, kultury či sportovní událostí. Rozvíjející se turismus podporuje kulturní, historické, technické či přírodní

³⁷ ŠTÝRSKÝ, Jiří a Jiří ŠÍPEK. Geografie udržitelného turismu světa v ekonomických, environmentálních a multikulturních souvislostech: metodologie moderní geografie, sociální a ekonomická geografie turismu a rekreace regionů světa, komparativní geografie a ekonomika: zdroje a možnosti destinací v regionech světa. Vyd. 6. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. Expert (Grada). s.14 ISBN 978-80-7435-127-3.

³⁸ Termín „cestovní ruch“ je v této práci používán jako synonymum termínu „turismus“.

³⁹ FORET, Miroslav. Cestovní ruch v regionálním rozvoji: Tourism in regional development. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2014. s.14, ISBN 978-80-7509-051-5.

dění v regionu (např. podpora chrámů, galerií, festivalů nebo karnevalů).⁴⁰

Cestovní ruch se v posledních desetiletích stal významným pro národní hospodářství i jako významná součást spotřeby obyvatelstva.⁴¹ Objem obchodů se na základě cestovního ruchu rovná nebo předčí dokonce i vývozu ropy, potravinářskému či automobilovému průmyslu. Turismus se stal jedním z hlavních hráčů v mezinárodním obchodě, a představuje zároveň jeden z hlavních zdrojů příjmů pro mnoho rozvojových zemí. Tento růst, jde ruku v ruce s rostoucí diverzifikací a konkurencí na mezinárodním poli. Počet mezinárodních turistů vzrostl meziročně o 4,4 % a v roce 2014 tak překonal hranici 1,1 miliardy osob, které překročili v daném roce hranice svých států.⁴² Což způsobuje nemalý dopad na ekonomiky států i na sektor zaměstnanosti. V roce 2014 cestování a turismus vygenerovali 10% světového HDP (USD 7,5 trilionu) a zaměstnali 277 milionů osob (tj. každý jedenáctý)⁴³. Pro jeho významnost ho není možné přehlížet. Hlavní důvody mezinárodních příjezdů rozděluje Světová organizace cestovního ruchu do tří kategorií podle účelu cesty, a to:

- rekreační, volnočasové a prázdninové cesty (50 % všech výjezdů)
- obchodní cesty (15 % všech výjezdů)
- návštěvy příbuzných, známých, náboženské a ostatní cesty (30 % všech výjezdů)⁴⁴

⁴⁰ ŠIMKOVÁ, Eva a Jiří ŠÍPEK. Sustainability in tourism and rural areas: monograph. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. Recenzované monografie. s.10, ISBN 978-80-7435-361-1.

⁴¹ RYGLOVÁ, Kateřina, Marek a LOUŽEK. Cestovní ruch: soubor studijních materiálů. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. Management (Key Publishing). s. 17, ISBN 978-80-7418-028-6.

⁴² UNWTO. World Tourism Organization: Annual Report 2014 [online]. Madrid: World Tourism Organization, 2015 [cit. 2016-03-09]. Dostupné z: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf

⁴³ TURNER, Rochelle. *Travel & Tourism: Economic Impact 2015 Thailand* [online]. In: . United Kingdom: Travel & Tourism council, 2015 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/thailand2015.pdf>

⁴⁴ PALATKOVÁ, Monika, Marek a LOUŽEK. Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Ekonomika, právo, politika. s. 92 ISBN 978-80-247-3750-8.

2.4.1 Rozvoj turismu

Jednou z podmínek cestovního ruchu je diverzita prostředí, jak přírodní, ekonomická, kulturní či sociální. Lidé cestují, protože chtějí vidět a poznat něco jiného, než co tvoří jejich běžné prostředí. V dnešním globalizovaném světě se však vše unifikuje, a hotely, zážitky i produkty vypadají všude stejně. Tato skutečnost eliminuje diverzitu, která je podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu. Masový turismus je často uváděn jako protiklad k udržitelnému, šetrnému cestovnímu ruchu.⁴⁵

Rozvoj turismu je podporován řadou činitelů, které souvisí s růstem počtu obyvatelstva světa, zlepšováním jejich zdravotního stavu a zvyšováním vzdělanosti, která postupně překonává jazykové překážky a povzbuzuje touhu po poznání nových míst, kultur a prožití neobvyklých zážitků. V hierarchii potřeb člověka se cestovní ruch postupně přesunuje z potřeby luxusních a zbytných do potřeb běžných, které jsou jeho neoddelitelnou součástí.⁴⁶ Pokud nepočítáme turismus pouze jako součást spotřeby, může být pokládán za nástroj porozumění mezi návštěvníky destinace a rezidenty a za pomůcku k udržení dobrých vztahů mezi národy. Cestovní ruch lze rovněž pojímat jako prostředek k budování socio-kulturního pilíře udržitelného rozvoje. Na druhou stranu může mít cestovní ruch i negativní výstupy, např. střetávání rozdílných kultur (obohacování či degradace socio-kulturního prostředí destinace, či překročení psychologické i ekonomické kapacity krajiny (Psychological carrying capacity)⁴⁷

⁴⁵ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu: nové produkty z hlediska motivace účastníků cestovního ruchu, nové trendy v nabídce turismu pro specifické skupiny, názorné příklady ze zahraničí i z České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, c2013. s.27-29. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴⁶ RYGLOVÁ, Kateřina, Marek a LOUŽEK. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. Management (Key Publishing). s. 17, ISBN 978-80-7418-028-6.

⁴⁷ , tj. hodnota ukazatele míry využití objektů a prostranství, indikující maximální stupeň rozvoje cestovního ruchu (intenzity návštěvnosti), který je ještě slučitelný s určitým typem zážitku či prožitku návštěvníků, vyhledávaným v daném prostranství. Hodnota závisí na dosavadních zkušenostech a očekávání návštěvníků a je individuálního charakteru. Vzhledem k této rozdílnosti vnímání je zavedena jako zprůměrovaná hodnota vnímání jednotlivých účastníků, ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. s. 470. ISBN 978-80-7201-880-2

2.4.2 Formy turismu

Obecně existuje nespočet forem turismu a různé formy jeho rozdělení. Tato problematika je velmi rozsáhlá a objemná, pro představu lze uvést formy cestovního ruchu jako např., městská turistika, kongresový, náboženský, zdravotní a veletržní lázeňský cestovní ruch, venkovská turistika, cykloturistika, agroturistika atp. Nebo formy rozdělené např. dle motivace účastníků či dle potřeb cílových skupin např. na dobrodružný, gastronomický, dobrovolnický a další. Vzhledem ke konkrétní návaznosti na návrhovou část uváděného projektu Homestay, bude blíže specifikována pouze venkovská turistika, agroturistika, CBT nebo LOHAS. Tento typ turistiky je pro projekt žádaný jak ve vztahu k podpoře daného území a komunity, tak i k ochraně přírody.

Rurální turistika – je taková forma cestovního ruchu, jejíž aktivity jsou bezprostředně spjaty s přírodou, krajinou a venkovským prostředím. Vyjadřuje zájem městských obyvatel o volnou, zachovalou přírodu. Její zvláštnost spočívá v decentralizaci ubytovacích zařízení, což umožňuje rozmělnit čestnost turistů tak, aby eliminovala negativní dopady, které sebou přináší tzv. masová turistika (což nezřídka vede k devastaci krajiny). Ubytovací a stravovací kapacity jsou svým standardem většinou nižší kvality. Mezi hlavní význam venkovské turistiky patří zachování, obnova a rozvoj venkovského prostoru. Tento typ turistiky vytváří pracovní příležitosti, tak stabilizuje venkovské obyvatelstvo a omezuje migraci obyvatel do měst. Stimuluje rozvoj dalších podnikatelských aktivit jako je malé podnikání.⁴⁸

Ekoturistika – je vymezována jako putování přírodou a její pozorování, proto se rozvíjí především v krajinářsky a přírodně hodnotných a unikátních oblastech. Světová obchodní organizace (WTO) zmiňuje dvě kategorie ekoturistiky. První je turistika založená na přírodě a druhou, založenou na přírodě, která v sobě obsahuje také prvky vzdělávací a interpretační. Organizátoři jsou většinou vysoce specializovaní průvodci, kteří

⁴⁸ RYGLOVÁ, Kateřina, Marek a LOUŽEK. Cestovní ruch: soubor studijních materiálů. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. Management (Key Publishing). s. 133, ISBN 978-80-7418-028-6.

šíří a předávají potřebu ochrany přírody pomocí ukázek vzácných druhů návštěvníkům atp.⁴⁹

Community-based Tourism (CBT) – neboli komunitou podporovaný turismus. Pojem CBT se poprvé objevil v polovině roku 1990.⁵⁰ Je to koncept, který vychází z potřeb hostitelské komunity. Vše co nabízí, vychází z aktivit místních obyvatel, na jejich zvycích, místních řemeslech a kultuře.⁵¹ Pro realizaci CBT jsou vhodné malé komunity ve venkovských regionech, kde vzniká silná interakce mezi návštěvníkem a místními obyvateli. Jsou vlastněny i řízeny komunitou a vše co dělají je také pro komunitu. Z toho vyplývá, že i profit je rozdělen mezi společenství, část zisku jde do společného rozpočtu, který je použit na rozvoj celé komunity (školství, bezpečnost, ochrana a obnova přírodní biodiverzity území aj.) Jako hlavní výhody CBT je uváděno zvýšení sociální soudržnosti v často odlehlých komunitách, díky smysluplnému zaměstnání místních obyvatel generující zisk společně s ochranou a zachováním kulturního dědictví. Pokud CBT funguje efektivně, jsou rozeznatelná následující fakta. Turismus je ekologicky udržitelný a minimalizuje dopad na životní prostředí, vzdělává návštěvníky o kultuře a přírodě, názornou ukázkou vyučuje místní řemesla, respektuje a podporuje místní komunitu, podporuje hospodářský rozvoj a zachovává kulturní dědictví, zajišťuje kvalitní a bezpečný zážitek pro všechny zúčastněné strany. Takto CBT funguje jako prevence překročení psychologické i ekologické únosné kapacity krajiny.⁵²

Boonratana vhodně shrnuje CBT definicí, která říká, že jde o cestovní ruch, který bere v úvahu environmentální, sociální a kulturní udržitelnost, je řízen komunitou a jejími

⁴⁹ RYGLOVÁ, Kateřina, Marek a LOUŽEK. Cestovní ruch: soubor studijních materiálů. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. Management (Key Publishing). s. 133, ISBN 978-80-7418-028-6.

⁵⁰ SALLY ASKER... [ET AL.]. Effective Community-based Tourism: a good practice manual. Parkwood, Qld: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, 2010. s. 3. ISBN 978-192-1785-047.

⁵¹ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. s. 274 ISBN 978-80-7201-880-2.

⁵² SALLY ASKER... [ET AL.]. Effective Community-based Tourism: a good practice manual. Parkwood, Qld: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, 2010. ISBN 978-192-1785-047.

členy pro blaho celé komunity s cílem umožnit návštěvníkům, aby se mohli účastnit a informovat o způsobu života a dění v místní komunitě.⁵³

Williams dodává, že odvést si nádherné fotografie jsou skvělé suvenýry z výletu, ale zážitky, na které budou cestovatelé vzpomínat celý život, nabízejí právě momenty, kdy turista přestane být cizím vetřelcem a sblíží se s někým, kdo může mít odlišný jazyk i kulturu. Pozvání ke společnému stolu otevírá dveře vzniku „momentálních“ přátelství, chvilkovému propojení mezi cizími lidmi, kteří se tak učí porozumění a pospolitosti. Dále uvádí, že takovýmto nepopsatelným setkání nedochází uprostřed turistických ghett, ale návštěvník se musí vydat do místních obcí, kde mají lidé čas, a chuť spřátelit se s cizinci.⁵⁴

Zážitek z návštěvy takovéto komunity vždy záleží na úrovni cestovatele a způsobu, jakým se rozhodne čas v komunitě naplnit. Pasivní návštěvníci běžně využívají služby, které jim místní obyvatelé naservírují, jako je ukázka místních řemesel a obydlí, výlety do okolí či obhlídky způsobu místního života. Ti aktivní z nich se však činně zapojují do života v komunitě. Pomáhají s chodem celého společenství, učí se jak vařit místní jídla, kde získávat suroviny, pomáhat se sběrem plodů, a čerpat tím místní moudrost⁵⁵, tzn., jsou po určitý čas členem života v komunitě. Zkušený cestovatel také rozumí, že autenticita zážitku není vždy maximální, je vždy originální a specifická. Na vině jsou okolní jevy, které se u každé komunity mění.

Na mezinárodní úrovni existuje celá řada různých pojmů používaných pro tyto velmi podobné činnosti, např. v některých částech Asie je pojem Community-based Tourism úzce spojen s Ekoturistikou. Obecně lze říci, že Ekoturistika, rurální turistika i CBT

⁵³ BOONRATANA, Ramesh. *Community-Based Tourism in Thailand: The Need and Justification for an Operational Definition* [online]. Bangkok: The Kasetsart Journal: Social Science, 2010 [cit. 2016-03-30]. Dostupné z: <https://goo.gl/Vkx3ET>

⁵⁴ WILLIAMS, China. *Thajsko*. 2. české vyd. Překlad Josef Brožík. Praha: Svojtka & Co., 2010. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-256-0424-3.

⁵⁵ BOONRATANA, Ramesh. *Community-Based Tourism in Thailand: The Need and Justification for an Operational Definition* [online]. Bangkok: The Kasetsart Journal: Social Science, 2010 [cit. 2016-03-30]. Dostupné z: <https://goo.gl/Vkx3ET>

mají velmi podobné cíle, a to dosáhnout udržitelného cestovního ruchu. Komunitou podporovaný turismus je hojně využíván jako prostředek k ochraně a podpoře biodiverzity, snížení chudoby na venkově, zachování biologické rozmanitosti, zvláště v prostoru Asijsko-pacifickém hospodářském společenství.⁵⁶

Homestay - Pro rozvoj CBT slouží produkt Homestay (HS). Ten pomáhá cestovatelům zůstat v lokalitě delší období a nocovat v jenom domě s místními obyvateli. Homestay je tedy specifický typ ubytování v rodinách místních obyvatel, kdy návštěvník nocuje pod jednou střechou s hostiteli, uvnitř komunity. Tato forma ubytování je vhodná pro všechny, kteří jsou nespokojeni s neosobními hotely a motely a naopak hledají poznání, jak to funguje v domácnostech v jiné zemi či na druhé straně světa. Homestay nabízí osobní přístup, sociální interakci s hostitelskou rodinou, nové zážitky a zkušenosti. Dolezal uvádí definici ubytování následovně: Homestay je pokoj či prostor v soukromých domech členů komunity, který nabízí hostům za malý poplatek. Je vhodný pro všechny, kteří chtějí zažít jednoduchý vesnický život nebo poznat tradiční životní styl místních obyvatel, mají chuť komunikovat a jsou ochotni sdílet kulturní rozdíly s hostitelskou rodinou, což poskytne smysluplnou zajímavou zkušenost pro obě zúčastněné strany.⁵⁷

Lze shrnout, že Homestay je konkrétní produkt z ubytovacího sektoru, který řeší otázku trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Homestay je část CBT, ekoturistiky či venkovské turistiky, které kladou důraz na zachování místních zdrojů, které se snaží zachovat přírodní zdroje daného regionu a ochraňovat místní životní prostředí.

Další formou rozvoje je **udržitelný cestovní ruch** (sustainable tourism), který je konceptem návštěvy destinace s úmyslem nechávat pouze pozitivní dopady na životní prostředí, společnost a ekonomiku. Cestovní ruch může zahrnovat dopravu, ubytování, zá-

⁵⁶ SALLY ASKER... [ET AL.]. *Effective Community-based Tourism: a good practice manual*. Parkwood, Qld: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, 2010. ISBN 978-192-1785-047.

⁵⁷ DOLEZAL, Claudia. *Community-Based Tourism in Thailand: (Dis-)Illusions of Authenticity and the Necessity for Dynamic Concepts of Culture and Power* [online]. University of Brighton, UK/ Society for South-East Asian Studies, Austria: ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies, 2011 [cit. 2016-03-30] Dostupné z: http://www.seas.at/aseas/3_2/ASEAS_4_1_A7.pdf.

bavu, rekreaci i nakupování ale pouze s rozmyslem jakých způsobů k tomu návštěvník využije např. volit šetrnou dopravu atp.⁵⁸ Pokud budeme charakterizovat **odpovědný cestovní ruch** (responsible tourism), jedná se spíše o postoj a přístup k jeho rozvoji. Všechny zúčastněné strany, tedy organizátoři, poskytovatelé služeb i účastníci respektují svou odpovědnost ve vztahu k přírodnímu dědictví, kulturnímu dědictví, místní komunitě i k ostatním účastníkům cestovního ruchu.⁵⁹

LOHAS tourism – neboli Lifestyle of Health and Sustainability oslovuje zákazníky, kteří hledají produkty cestovního ruchu, které nepoškozují životní prostředí, jsou společensky odpovědné a v neposlední řadě trvale udržitelné.⁶⁰

⁵⁸ DOLEZAL, Claudia. *Community-Based Tourism in Thailand: (Dis-)Illusions of Authenticity and the Necessity for Dynamic Concepts of Culture and Power* [online]. University of Brighton, UK/ Society for South-East Asian Studies, Austria: ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies, 2011 [cit. 2016-03-30] Dostupné z: http://www.seas.at/aseas/3_2/ASEAS_4_1_A7.pdf.

⁵⁹ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd.* Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

⁶⁰ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu: nové produkty z hlediska motivace účastníků cestovního ruchu, nové trendy v nabídce turismu pro specifické skupiny, názorné příklady ze zahraničí i z České republiky.* 1. vyd. Praha: Grada Publishing, c2013.s. 169. ISBN978-80-247-4603-6

3 Charakteristika Thajska a jeho rozvojové výzvy

Podklady nutné pro úspěšné zavedení projektu obsahují základní fakta o zkoumaném území, způsobu využívání turismu v thajských venkovských podmínkách a způsobu financování projektu. Aby bylo možné vytvořit návrhový projekt, je třeba pochopit thajskou filozofii, kulturu či znát strukturu příjíždějících návštěvníků do království (výchozí pro zjištění potenciální sítě zákazníků). Dále jsou zkoumány životní podmínky obyvatel provincie Ubon Ratchathani, prostřednictvím analýzy Human Achievement Index. Cílem je, aby čtenář na základě popsání podmínek pochopil důvody rozvoje daného území.

3.1 Thajské království

Thajské království je stát v jihovýchodní Asii, sousedící se zeměmi Myanmar, Laos, Kambodža a Malajsie. Do roku 1939 let byl stát nazýván Siam, což v překladu znamená svobodný. Thajsko totiž nikdy nebylo kolonizováno Evropskými zeměmi, na což jsou místní obyvatelé patřičně hrdí. Od roku 1946 nastoupil na post krále Bhumibol Adulyadej (Rama IX.), jež je na trůnu dodnes a těší se velké oblibě celé populace.⁶¹

V Thajsku žije 67,73 mil.⁶² obyvatel na rozloze 513 115 km² s hlavním městem Bangkok, které je v originále nazýváno Krung Thep. Úředním jazykem je thajština, kterou doplňují jednotlivé venkovské dialekty. Největší náboženské zastoupení představuje Budhismus a to 93,6 %, muslimové tvoří 4,9 % populace a křesťanů v zemi žije

⁶¹ WILLIAMS, China. *Thajsko*. 2. české vyd. Překlad Josef Brožík. Praha: Svojtka, 2010. Z řady průvodců Lonely Planet. s. 39, ISBN 978-80-256-0424-3.

⁶²K roku 2014. World Bank: Working on a world free of poverty. *World Bank: Thailand* [online]. Washington: The World Bank Group, 2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: <http://data.worldbank.org/>

1,2 %.⁶³ Země je rozdělena na regiony, které se dělí na provincie, distrikty a vesnice.⁶⁴ Měnou je v Thajsku Bath (1 USD = 35,11 THB).⁶⁵

3.2 Makroekonomické ukazatele

Thajská ekonomika se dá charakterizovat jako stabilní, celkově zdravá, exportně výrazně orientovaná s rostoucím podílem hrubého domácího produktu. Thajská vláda volí pro-exportně orientovanou politiku s volným tržním hospodářstvím.⁶⁶

Hospodářství projevuje svoji mimořádnou životaschopnost, má dostatek přírodních zdrojů, pracovní síly (úroveň nezaměstnanosti v roce 2015 dosahovala pouze 1 % a v roce předcházejícím 0,8%), může se chlubit dobrou infrastrukturou a moderními dopravními kapacitami. To ze země činí atraktivní investiční destinaci.⁶⁷ Ačkoli je Thajsko zajímavou lokalitou pro mezinárodní investice, opakující se nestabilita na vnitropolitické scéně v posledních letech částečně snižuje potenciál země v této oblasti. Thajský domácí trh je zajímavým odbytištěm, obzvláště pro spotřební zboží, je však zapotřebí brát v potaz relativně vysoké zadlužení domácností, které podle posledních odhadů (březen 2015) přesahuje 85 % HDP.⁶⁸

Dle Světové banky se Thajsko stále řadí mezi rozvojové země díky úrovni HND, které dosahovalo 5 780 USD na obyvatele v roce 2014. Světová banka řadí zemi jako ekonomika s vyšším středním příjmem. Interval pro ekonomiku s vyšším středním příjmem je zobrazen v grafu (viz Příloha A, Obr. 17) a v roce 2014 hodnota pro tuto kategorii odpovídala rozmezí USD 4 125 – USD 12 746. Avšak hrubý národní důchod Thajska

⁶³ Central Intelligence Agency: The work of nation. The center of intelligence. *The World Fact book: Thailand* [online]. Washington, 2014 [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: <https://goo.gl/xuipnw>

⁶⁴ *Thaiways: The most comprehensive guide to Thailand*. 2014. Thailand, 2014. ISSN 1513-5713.

⁶⁵ k 27. 4. 2016 dle world's trusted currency authority, dostupné z: XE.com (daný kurz je výchozí v celé práci).

⁶⁶ Ministerstvo zahraničních věcí České Republiky: *Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR. : Thailand* [online]. 2014 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <http://goo.gl/v4btFP>

⁶⁷ Tamtéž.

⁶⁸ Thajsko: *Základní charakteristika. BUSINESS INFO* [online]. MZV, 2015 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/thajsko-zakladni-charakteristika-teritoria-18721.html>

se pohybuje u nižší hranice středního příjmu a proto je nepravděpodobné, že by země mohla v blízké době vystoupit z klasifikace rozvojových zemí. Hladina hrubého národního důchodu dále potvrzuje, že ekonomická úroveň v Thajském království stále roste a je zde patrné, že ekonomika neutrpěla výraznou újmu ani při světové finanční krizi v roce 2008 ani při mohutných záplavách v roce 2011.⁶⁹ V grafu (viz Příloha A, Obr. 18) jsou srovnané Thajské regiony dle hrubého regionálního produktu seřazené dle regionů. Severovýchodní region, do něhož patří i sledovaná vesnice Woen Buek, vykazuje za celé sledované období nejnižší hodnoty. Také proto je rozvojová pomoc cílena právě do této oblasti.

Celé Thajské království profituje ze své strategické polohy mezi Čínou a Indií a s přívětivým vstupem na rychle se rozvíjející trhy zemí ASEAN. Thajská ekonomická situace je založena na exportu. Hlavními vývozními oblastmi jsou automobilový průmysl, počítačová a spotřební technika, dále potravinářství (rýže, cukr, mořské plody, drůbež) či produkty jako kaučuk a drahé kovy. Hlavními vývozními zeměmi jsou Čína (11 %), USA (10,5 %) a Japonsko (9,6 %).⁷⁰

Výraznou součást ekonomické situace v Thajsku tvoří cestovní ruch. V roce 2015 navštívilo zemi rekordních 29,88 mil turistů⁷¹ (v porovnání s rokem 2009, kdy zemi navštívilo 14,12 milionu turistů, sledujeme dvojnásobný nárůst za pouhých šest let). V roce 2014 příjmy z turismu činily 36 108,32 mil USD⁷², což v přepočtu na HDP téhož roku zahrnuje významných 8,6 % celého HDP Thajska.⁷³

⁶⁹ World Bank: Working on a world free of poverty. *World Bank: Thailand* [online]. Washington: The World Bank Group, 2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: <http://data.worldbank.org>

⁷⁰ Central Intelligence Agency: The Work of a Nation. The Center of Intelligence. *The World Factbook: Thailand* [online]. Washington 2014 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <https://goo.gl/CrhdA1>

⁷¹ กรมการท่องเที่ยว: Department of Tourism [online]. 2011 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25306>

⁷² Tamtéž.

⁷³ TURNER, Rochelle. *Travel & Tourism: Economic Impact 2015 Thailand* [online]. In: . United Kingdom: Travel & Tourism council, 2015 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://goo.gl/CJQIVA>

3.3 Rozvojové výzvy Thajska

Thajsko má za sebou dlouhé období silného ekonomického růstu (viz kapitola 3.2) a učinilo velké pokroky při plnění Rozvojových cílů tisíciletí. Splnilo většinu cílů na agregované bázi, jako je úroveň mateřské úmrtnosti a úmrtnosti dětí pod pět let, která poklesla více než o 97 % a přístup k pitné vodě mají jak městské tak venkovské oblasti.⁷⁴ Thajsko je často uváděno jako úspěšná ekonomika jihovýchodní Asie, ale dle WB je stále řazena do kategorie Rozvojových zemí.

Dlouhodobé problémy rozvoje zůstávají institucionální výzvou v politice i v praxi. Zatímco se vládě podařila odstranit nerovnost pohlaví na základních a středních školách, rovnost žen a mužů je i nadále výzvou. Korupce je v Thajsku velkým problémem stejně jako přístup k soudní moci, který je nedostupný pro chudé obyvatelstvo v okrajových oblastech.⁷⁵ Index vnímání korupce (Corruption Perceptions Index – CPI) v Thajsku stagnuje na vysoké úrovni. Mezi lety 2012 – 2015 je index vyjádřený ve skóre 35-38, přičemž 0 = zkorumpovaná země, 175= transparentní země.⁷⁶

Království dosahuje pokroků v oblasti hospodářského růstu a snižování chudoby. Za posledních 10 let se podařila snížit chudoba⁷⁷ ze 42,3 % v roce 2000 na 10,5 % v roce 2014,⁷⁸ což je velmi nízké číslo v porovnání s ostatními rozvojovými zeměmi. Vláda se také snaží rozšířit působení sociálních služeb, včetně školství a zdravotnictví.

Chudoba v Thajsku je primárně venkovským fenoménem, 88 % z celkového počtu 5,4 mil. chudých lidí po celé zemi žije právě ve rurálních oblastech. Některé regiony

⁷⁴ UNDP: United Nations Development Programme. *UNDP in Thailand* [online]. 2012 [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <http://www.th.undp.org/content/thailand/en/home/countryinfo/>

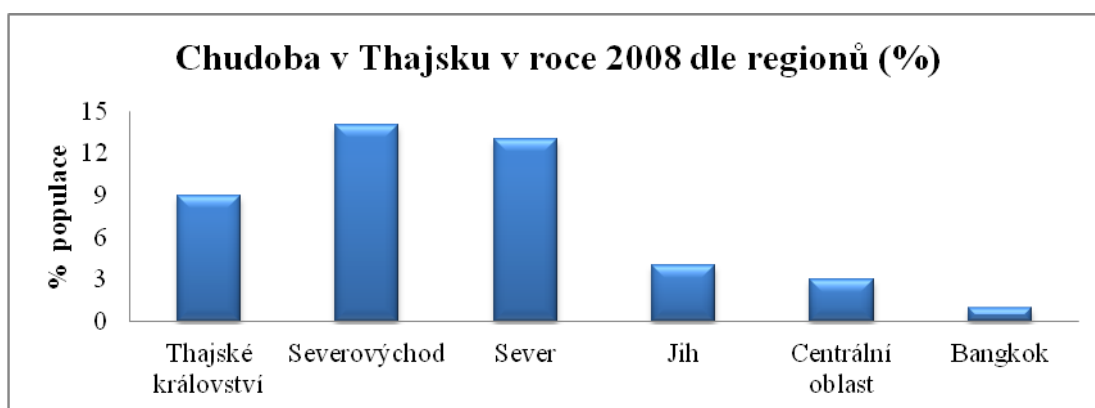
⁷⁵ Tamtéž.

⁷⁶ Transparency International: Global civil society organisation leading the fight against corruption. *CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX 2014: RESULTS* [online]. 2014 [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <https://www.transparency.org/cpi2014/results>

⁷⁷ Dle světové banky chudoba reprezentuje podíl obyvatel žijících pod vnitrostátní hranicí chudoby. Národní odhady jsou založeny na odhadech podskupin populace vážených z průzkumu domácností.

⁷⁸ World Bank: Working on a world free of poverty. *World Bank: Poverty headcount ratio at national poverty lines* [online]. Washington: The World Bank Group, 2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: <http://goo.gl/sSW3IW>

(především Sever a Severovýchod Thajska a určité etnické skupiny) vykazují vyšší rozdíly nerovnosti než jiné.⁷⁹ Dokonce je uváděno, že 40 % všech chudých obyvatel je soustředěno v Severovýchodním regionu.⁸⁰ Obr. 1 zobrazuje míru chudoby v regionech Thajska, přičemž v Severovýchodním regionu žije 14 % obyvatel pod hranicí chudobou (2008).⁸¹



Obr. 1 Chudoba v Thajsku v roce 2008.

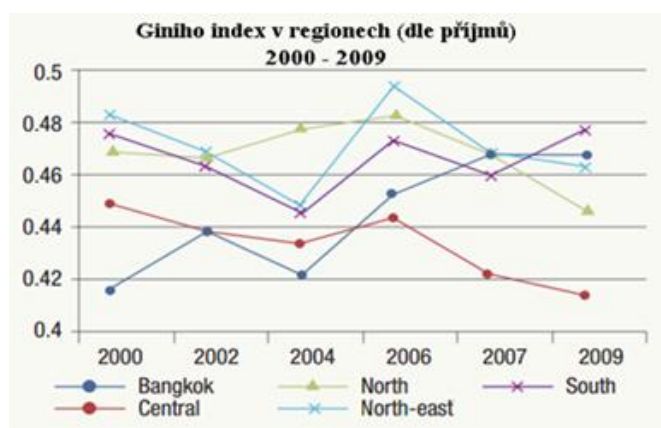
Zdroj: BIRD Kelly et al, Asian Developing Bank, 2011

Hospodářský rozvoj není rozdělen rovnoměrně, na jedné straně profitující Bangkok a další městské oblasti a na straně druhé zbytek země. Příjmová nerovnost a nedostatek rovných příležitostí přetrvávají. Giniho index je významným indikátorem k hodnocení těchto regionů, ukazuje nerovnoměrné rozdělení bohatství či příjmů ve společnosti. Příjmová nerovnost, dle Giniho koeficientu mírně klesala v minulosti, ale v posledních letech stagnuje na úrovni nad 0,45 (přičemž 0 vyjadřuje absolutní rovnost, 1 značí dokonalou nerovnost).

⁷⁹ UNDP: United Nations Development Programme. *UNDP in Thailand* [online]. 2012 [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <http://www.th.undp.org/content/thailand/en/home/countryinfo>

⁸⁰ ADB: Country Partnership Strategy. *Thailand 2013 - 2016: Poverty Analysis (summary)* [online]. Mandaluyong City, 2015 [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <http://www.adb.org/sites/default/files/linked-documents/cps-tha-2013-2016-pa.pdf>

⁸¹ BIRD, Kelly, Kelly HATTEL, Eiichi SASAKI a Luxmon ATTAPICH. Asian Development Bank: Poverty, Income Inequality, and Microfinance in Thailand [online]. Philippines: Southeast Asia Working Paper Series, 2011 (No. WPS114137) [cit. 2016-04-01]. Dostupné z: <http://www.adb.org/sites/default/files/publication/29271/poverty-income-inequality-microfinance-thailand.pdf>



Obr. 2 Giniho index v regionech
Zdroj: International Labor Office, ILO: 2013

Z grafu (Obr. 2, Giniho index v regionech) je zřejmé, že zkoumaný Severovýchodní region dlouhodobě vykazuje vysokou disparitu, proto by mezinárodní podpora měla směřovat právě tam, aby napomohla ke zmírnění těchto rozdílů.

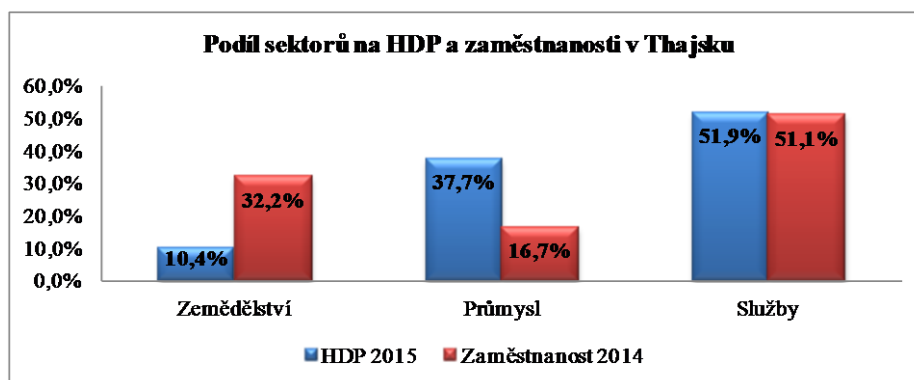
Jedním z hlavních ukazatelů hodnotící rozvojové ekonomiky je podíl sektorů na ekonomice a také jaký podíl má zaměstnanost v těchto sektorech. Thajské království se v tomto směru podobá rozvinutým ekonomikám, protože oba ukazatele jsou ve službách nad 50 %. Co však nesmíme přehlédnout je stále vysoký podíl zaměstnanosti v zemědělství, které stále činí 32 % (viz 0). Kupříkladu v zemích Evropské Unie je podíl zaměstnanosti v zemědělství pouhých 5 %.⁸²

Při zkoumání rozvojové situace země, je vhodné se seznámit také s Human Developing Index. Index srovnává dlouhý a zdravý život, přístup ke vzdělání a životní standard. Thajsko vykazovalo jako celek index 0,726⁸³, což zemi řadí na pozici vysokého lidského rozvoje. Ve srovnání s ostatními státy světa je na 93 pozici. V letech 1980 až 2015 se hodnota indexu zvýšila o 44,6 procent a průměrný roční nárůst byl o 1,09 procenta. V rámci jednotlivých kategorií naděje dožití při narození vzrostala o 10 let, průměrný

⁸² Central Intelligence Agency: The Work of a Nation. The Center of Intelligence. *The World Factbook: Thailand* [online]. Washington 2014 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <https://goo.gl/vQr2gn>

⁸³ Human Development Report 2015: Work for Human Development [online]. New York: United Nations Development Programme, 2015, (E.15.III.B.1) [cit. 2016-03-23]. ISSN 0969-4501. Dostupné z: http://hdr.undp.org/sites/default/files/2015_human_development_report_1.pdf

počet let školní docházky se zvýšil o 3,6 roku a počet let očekávané školní docházky o 5,6 let. Nejvýraznější progres je znatelný u HND na obyvatele, zde je nárůst o 277,4 procenta.⁸⁴



Obr. 3 Podíl sektorů na HDP a zaměstnanosti v Thajsku
Zdroj: Vlastní zpracování dle CIA, The World Fact Book, 2014

Dalším indexem, kterým se podrobně zabývá kapitola 3.4, je vyhodnocení životních podmínek, prostřednictvím 40 různých indikátorů a nahlíží blíže na úroveň lidského rozvoje.

3.4 Human achievement index v provincii Ubon Ratchathani⁸⁵

Thajsko se rozděluje na 5 základní regionů (Jižní, Centrální, Severní, Východní a Severovýchodní oblast⁸⁶). Severovýchodní se skládá z 19 provincií, kde je Ubon Ratchathani nejvýchodnějším z nich a náleží mu i sledovaná obec Woen Buek.

⁸⁴ Thailand. *Work for human development: Briefing note for countries on the 2015 Human Development Report*[online]. UNDP, 2015 [cit. 2016-05-09]. Dostupné z: http://hdr.undp.org/sites/all/themes/hdr_theme/country-notes/THA.pdf

⁸⁵ UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. *Thailand human development report, 2007: Sufficiency Economy and Human Development*. [Bangkok: United Nations Development Programme], 2007. ISBN 9748812634.

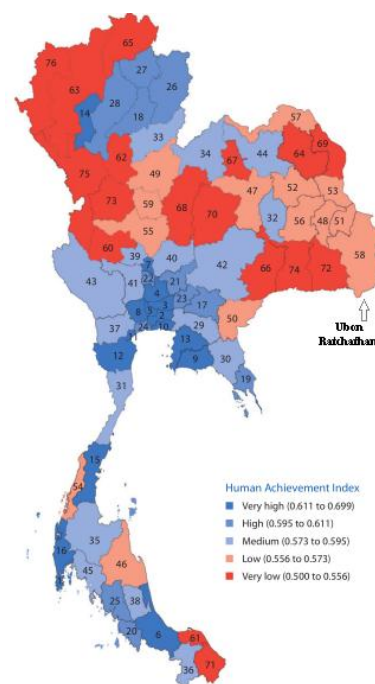
⁸⁶ WILLIAMS, China. *Thajsko*. 2. české vyd. Překlad Josef Brožík. Praha: Svojtka & Co., 2010. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-256-0424-3.

Rozvojový program OSN (UNDP) vypracoval rozsáhlou studii zaměřující se na Human Achievement index (HAI), který zkoumá lidský rozvoj v Thajsku, konkrétně ve všech 76 provinciích. Výběrem konkrétních ukazatelů demonstrující určité skutečnosti bude ukázána socio-ekonomická úroveň Ubon Ratchathani a tím i odůvodněna oblast vhodná k rozvoji. Hlavním argumentem zkoumání následujících údajů je prokázání potřeby rozvoje oblasti. V textu je primárně zacíleno na indikátory, které jsou pod hranicí standardu země, ty jsou dále porovnávány ve vztahu k celému království.

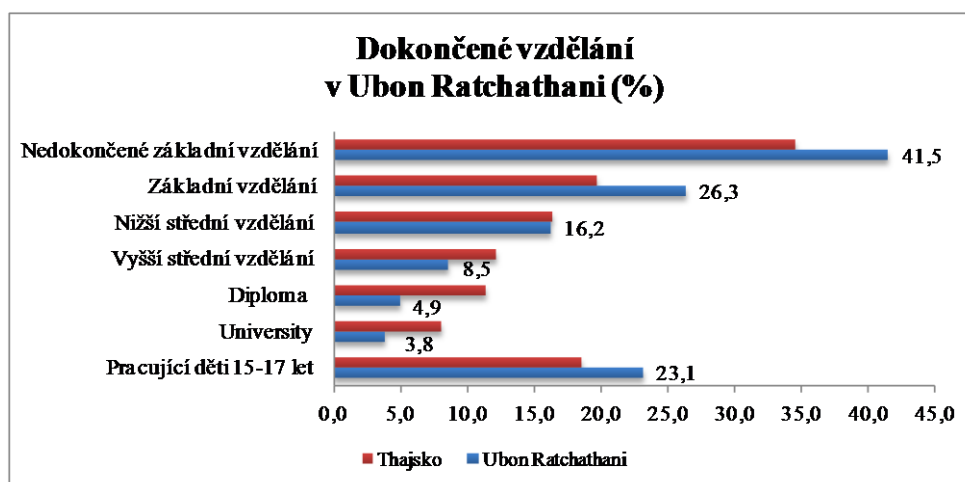
HAI je kombinací 40 indikátorů, které jsou součástí osmi různých aspektů lidského rozvoje: zdraví, vzdělání, zaměstnanost, ekonomický příjem, bydlení, komunitní život, dopravní dostupnost a politická angažovanost. Provincie Ubon Ratchathani patří svým hodnocením mezi 20 nejhůře hodnocených v Thajsku (Ubon Ratchathani pod číslem 58, což je zároveň celkové pořadí z hlediska HAI, viz Obr. 4).

Ze všech osmi hodnocených ukazatelů HAI, provincie zaznamenává nejhůře vyhodnocení z hlediska vzdělání, bydlení a dopravní dostupnosti v porovnání se všemi ostatními provinciemi.

Index hodnotící vzdělanost řadí region mezi 6 nejhůřších v zemi. A to především proto, že průměrná školní docházka je v provincii pouhých 7 let, 3 % všech obyvatel nemá žádné vzdělání, 42 % nedokončí ani vzdělání základní a 26 % se podaří základní školu dokončit. S tím je přímo spojena míra pracujících dětí, která tvoří 23 % všech dětí v rozmezí 15 – 17 let, viz Obr. 5. Aby dospívající děti, nebyly nuceny pracovat, usnadní komunitní příjem přímo toto hledisko. Děti převážně pracují, aby si vydělaly na své vlastní vzdělání, pomohly s rodinným rozpočtem a s externím příjmem od turistů, by se mohla úroveň vzdělání zvýšit.



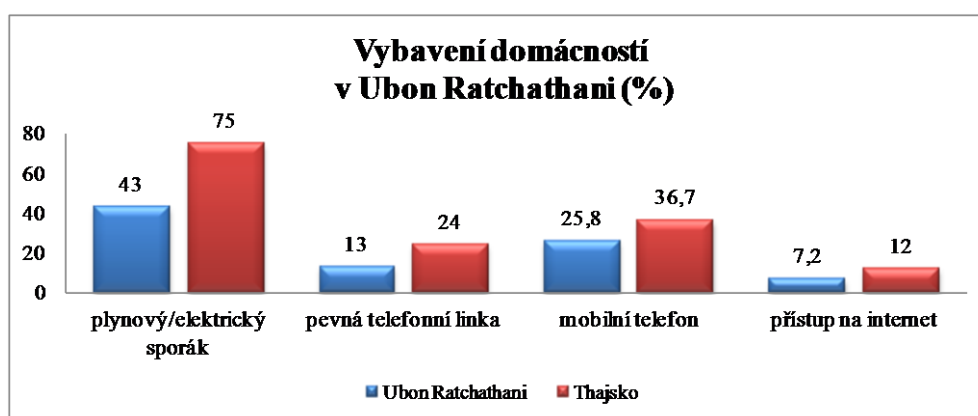
Obr. 4 Human Achievement Index
Zdroj: UNDP, Thailand HDR 2007



Obr. 5 Dokončené vzdělání v Ubon Ratchathani (%)

Zdroj: Vlastní zpracování dle UNDP, Thailand Human Development Report, 2007

Ačkoliv standard kvality bydlení s úrovní životních podmínek je hodnocen velmi negativně, všichni lidé v regionu mají k dispozici pitnou vodu, elektřinu a hygienické zázemí. Problematické je to s vybavením domácností ve sledované provincii, pouze 43 % vlastní plynový či elektrický vařič, pouhých 13 % obyvatel se může pyšnit vlastnictvím pevné linky a k internetovému připojení se dostane jen 7 % obyvatel, viz Obr. 6. Vybavení domácností v Ubon Ratchathani. K špatné úrovni životních podmínek jsou zahrnuty indikátory: znečištění prostředí, hospodaření s odpadem, rozsah záplav a délka období sucha.



Obr. 6 Vybavení domácností v Ubon Ratchathani (%)

Zdroj: Vlastní zpracování dle UNDP, Thailand Human Development Report, 2007

V indexu dopravní dostupnosti se hodnotí např. kvalita cest a jejich průjezdnost po celou dobu roku bez ohledu na sezónu či počet jedinců, kteří vlastní zaregistrovaný do-

pravní prostředek. V tomto ohledu by Ubon Ratchathani rozvoj potřeboval taktéž, pouze 37 % cest je průjezdných celý rok.

Mezi indikátory vykazující průměrné hodnoty patří zdraví, ekonomický příjem domácností a polická angažovanost. V Thajsku se lidé obecně mohou těšit dobrému zdraví. V indexu je zahrnuta jak míra dožití, počet handicapovaných, psychické zdraví, dětská úmrtnost, HIV/AIDS, nemocniční sítě, tak míra kouření a konzumace alkoholu. Dobrý zdravotní stav obyvatelstva, je přímo navázán na jejich spokojenost a srdečnost. Absence přenosných chorob a tím i nízké riziko nákazy některou z těchto nemocí může také motivovat další návštěvníky, kteří by rádi poznali, jak lidé mohou žít sice s nízkým ekonomickým příjmem, chudým vybavením bytů, zato šťastný život (Thajský Index Štěstí je na 34 příčce ze 158 zkoumaných zemí⁸⁷).

Finanční příjem domácností je do značné míry základem pro slušnou životní úroveň - štěstí si za to koupit nelze - ale chrání proti chudobě, zajišťuje zabezpečení základních lidských potřeb a tím zároveň eliminuje šíření např. onemocnění. Pokud je příjem nedostatečný, lidé mají tendenci se zadlužit a proto je do Indexu příjmu také zahrnuto zadlužení. Táhnoucí provincie Thajska, kde je dluh domácností také na vysoké úrovni, je založen na podnikatelském plánu, v chudých provinciích si lidé půjčují na obživu, a proto je mnohem obtížnější tento druh půjčky splatit. Celý Severovýchodní region si vede nejhůř z celého Thajska a v těsném závěsu za ním je region Severní.

Ubon Ratchathani v rámci indexu příjmu vykazuje nejlepší hodnoty z celého severovýchodu. To lze vysvětlit důležitou úlohou provinčního města Ubon, které extenzivně rostlo za druhé světové války, když Japonci využívali Ubon pro jeho strategickou polohu, což za Vietnamské války využili také Spojené státy. Giniho index je v provincii Ubon na úrovni 0,46 (viz Obr. 2), což značí o vyšší nerovnosti příjmů, tady je dobré si uvědomit význam rozdílů provinčního města a zbytku regionu. To je patrné při srovnání

⁸⁷ HELLIWELL, John, Richard LAYARD a Jeffrey SACHS (eds.). *World Happiness Report 2015* [online]. In: New York: Sustainable Development Solutions Network, 2015 [cit. 2016-04-01]. Dostupné z: <http://www.theglobeandmail.com/news/national/article24073928.ece/BINARY/World+Happiness+Report.pdf>

hranice chudoby v provincii. Ta je v Ubonu Ratchathani na úrovni 1 061 THB/osobu/měsíc (cca \$ 1/osobu/den) a počet obyvatel trpících chudobou se v celém regionu nachází 121 400. I přes toto vysoké číslo to činí pouhých 7 %, což je pod mírou národní úrovně (11 %). I přes v podstatě pozitivní míru indexu, je podstatné tuto hranici dále snižovat. K prolomení hranice chudoby nejsou zapotřebí závratné finanční prostředky, protože i malé zvýšení příjmu může velmi pomoci. Snahou rozvoje území pomocí Community-based tourismu je možné této změny docílit.

Index politické angažovanosti zahrnuje volební účast, zapojení se v komunitním životě či účast v komunitních skupinách. Za zmínku stojí enormní participace občanů v lokálních komunitách ve sledovaném regionu, to znamená, že obyvatelé mají zájem o život v obci a ukazují snahu zlepšit podmínky, ve kterých žijí. CBT je proto ideálním prostředkem.

Provincie Ubon Ratchathani si naopak v rámci HAI vede lépe než průměr ve dvou faktorech, a to zaměstnanost a komunitní, rodinný život.

Thajské království má zanedbatelnou míru nezaměstnanosti, v provincii je to dáno zemědělskou povahou oblastí. Index však hodnotí také míru poranění, která se stanou ve výkonu práce a míru sociálního pojištění - v celé zemi pracuje až 1/3 lidí neoficiálně, převážně farmáři a ti nemají nárok získat sociální pojištění, které zahrnuje podporu při onemocnění, postižení, podporu při narození dítěte, stáří a nezaměstnanosti. V Ubonu získá pojištění pouze 5 % obyvatel, přičemž národní hladina se pohybuje okolo 23 %.

Rodiny a komunity jsou základním stavebním kamenem thajské společnosti. Rodinné vztahy obecně zůstávají silné, stejně jako komunitní vztahy a vzájemná spolupráce. V posledních letech jsou tyto vztahy podrobovány zkouškám. Index zkoumá data o počtech seniorů, kteří žijí sami, stejně tak počtu svobodných. Dále se zabývá pracujícími dětmi, dětmi postiženými AIDS, trestnými činy v komunitách či osobami závislými na drogách. V království je sice pořád většina seniorů v rodinné péči svých potomků, ale počet těch, kteří žijí sami, se stále zvyšuje. Je to následek stále většího počtu osob migrujících za prací, za ekonomickými příjmy. I proto je v našem zájmu vytvářet pracovní místa a finanční zdroje uvnitř komunity. V provincii Ubon je zatím situace dobrá,

což je důležité zachovat. HAI ukazuje, že např. severovýchodní region je z hlediska příjmů nejchudší, ale v hodnocení komunitního a rodinného života se řadí mezi naopak nejlépe hodnocené.

3.5 Filozofie soběstačné ekonomiky

Další důležitou složku, kterou nesmíme opomenout je králova filozofie soběstačné ekonomiky. Soběstačná ekonomika je inovativní přístup k rozvoji určený pro praktickou aplikaci v širokém rozsahu problémů a situací. Tento přístup přinesl Thajský král Bhumibol Adulyadej na základě své dlouholeté zkušenosti v oblasti rozvojové práce.⁸⁸ Tato filozofie vzhledem k její praktické povaze, silnému zaměření na jednoduchost a zvláštnímu významu v éře globalizace, si zaslouží být šířena do celého světa. Královy myšlenky byly nazvány Soběstačnou Ekonomikou, kterou lze shrnout následujícím způsobem. Soběstačná ekonomika je přístup ke šťastnému životu a jednání, které je použitelné na každé úrovni od jednotlivce přes rodiny a komunity k řízení a rozvoji celého národa. Podporuje střední cestu, zejména při vývoji ekonomiky se snaží držet krok se světem v éře globalizace. Soběstačnost má tři hlavní zásady: *Umírněnost*, „*Selský rozum*“ a *Odolnost*. Kromě hlavních tří pilířů, které se uplatňují, je důležité aplikovat principy založené na laskavosti, sdílení, spravedlnosti, čestnosti, integritě, na respektu ke znalostem, na poctivosti a snaze vést své životy k vytrvalosti, toleranci, moudrosti, trpělivosti a porozumění.⁸⁹

Zásada *Umírněnosti* neboli střední cesty je vodítkem pro nalezení správné rovnováhy mezi interními zdroji a vnějšími tlaky, mezi potřebami společnosti na nejnižší úrovni a požadavky globální ekonomiky. „*Selský rozum*“ zahrnuje schopnost, jak nakládat s omezenými prostředky, klade důraz na střídmost, na pozornost ve všech aspektech

⁸⁸ PUNTASEN, Apichai a Titiporn PUNTASEN. *The King's Sufficiency Economy: Analyses of Meanings by Economists* [online]. Bangkok: The National Research Council Committee on Economic Branch, 2004 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://goo.gl/Xg7TmS>

⁸⁹ KAEMTHONG, Indaratna. *Sufficiency Economy: A Happiness Development Approach* [online]. In: . Faculty of Economics: Chulalongkorn University 2007 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.gnh-movement.org/papers/indrata.pdf>

života, lokální moudrost a pochopení. *Odolnost* reprezentuje potřebu soudržnosti či houževnatosti v otázkách řízení rizik, ať už vyplývají z vnitřní nebo z vnější změny prostředí.

Soběstačná ekonomika staví lidský rozvoj a duševní blahobyt do centra vývoje a poskytuje alternativu k tradičnímu, úzce zaměřenému ekonomickému růstu. Lidský rozvoj je o lidech a o tom, aby rozšiřovali své možnosti a schopnosti žít dlouhý, zdravý, erudovaný a kreativní život. Osvojit si myšlení soběstačné ekonomiky vede k lidskému rozvoji, jelikož upřednostňuje blahobyt více než bohatství, trvá na významu vzdělání a její přístup je klíčem k udržitelnosti.⁹⁰

Soběstačnost by v tomto smyslu neměla být zaměňována s vlastní soběstačností Thajska, soudržností pouze uvnitř státu, odmítáním globalizace, nebo vidiny jednoduššího světa. Tento přístup spíše nabízí způsob, jak se vypořádat s nevyhnutelnou realitou trhu a globalizací v současném světě. Soběstačný koncept dává důraz na jedince, kteří potřebují určitou míru samostatnosti či sebedůvěry k řešení problémů na trhu a také států, které potřebují určitou suverenitu k řešení současné globalizace. Soběstačnost má dvojí význam " ne příliš " a „ne příliš málo“.⁹¹

Královův přístup je důležitý i v jiných oblastech a je prakticky využitelný, protože čelí problémům v globalizovaném světě. Zahrnuje přístup „bottom-up“, tedy zdola nahoru, a jeho myšlenkou je zaměřit se na postavení pevných základů na které je možnost navazovat. Koncept není tolik o technice, jako o správném myšlení, zaměření se na hodnotu člověka, jeho udržitelného rozvoje a celkově přidává hloubku k myšlence lidského rozvoje.

⁹⁰ BUNYASRIE, Vilasinee. *The Sufficiency Economy And Creative Economy: Substitues or Compliments for Thailand* [online]. In: Bangkok University International College 2010 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/30_2/pdf/aw27.pdf

⁹¹ UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. *Thailand human development report, 2007: sufficiency economy and human development*. [Bangkok: United Nations Development Programme, 2007. ISBN 9748812634.

4 Turismus jako prostředek rozvoje venkovských komunit

Popularita thajského turismu roste a počty turistů, kteří navštíví zemi, se každoročně zvýší o miliony (viz kapitola 4.3). V poslední době můžeme turisty v Thajsku rozdělit do pomyslných dvou skupin. První skupina vyhledává luxusní či nadstandardní ubytovací zařízení s vysokou kvalitou služeb. Tento typ zařízení ve známých turistických oblastech roste, proto může pohodlně uspokojovat stále rostoucí počet turistů. Druhou skupinu tvoří alternativní cestovatelé hledající nové zkušenosti, tento trend je patrný přibližně od přelomu tisíciletí. Ta zahrnuje mezinárodní dobrovolníky, cestovatele za přírodními krásami, lidi zkoumající volně žijící živočichy a jiné návštěvníky, obecně známé jako „baťůžkáři“. Obě skupiny jsou důležité pro rozvoj turismu v celém Thajském království, avšak druhá skupina je pro účely zavedení projektu ve vesnici Woen Buek klíčová.

4.1 Aplikace Community-based Tourismu

„Turisté jsou motivováni touhou po autentických zážitcích.“⁹²

V Thajsku je jakákoliv forma cestovního ruchu, která je spojena s místními komunitami či jedinci nazývána Community-based Tourism (turismus založený na komunitě, CBT). Je to taková forma cestovního ruchu, která bere ohled na životní prostředí a snaží se zachovat sociální a kulturní zázemí především v rurálních oblastech. Turismus v Thajsku tvoří hlavní část příjmu mnoha rodin, ať už přímo zapojených do cestovního ruchu, nebo aktivitami, které jsou na turismus napojené. Díky touze turistů po poznání kultury a tradičního způsobu života, přináší s sebou také příjmy i zlepšování živobytí přímo do místních komunit. V posledních letech je CBT podporován mnoha organiza-

⁹² MACCANNELL, Dean. *The tourist: a new theory of the leisure class*. 1. publ. London: Macmillan Press, 1976. ISBN 2-0790.280

cemi, jako jsou Thajské Ministerstvo zahraničních věcí, The Travel Foundation, Odpovědný turismus na řece Mekong či kancelář Thajského cestovního ruchu.⁹³

Úspěšná realizace CBT v Thajsku je podle Satarata založena na 5 hlavních faktorech⁹⁴:

- Zapojením celé komunity – ta je založena na hlavních bodech: zapojení všech členů do rozhodování o projektech v komunitě, realizace projektů, podílení se na odměnách ostatních a zpětné vazbě.
- Příznivými podmínkami pro turismus – čímž rozumíme zajímavé turistické zdroje (jako jsou přírodní krásy, tradiční způsob života, kulturní historické zajímavosti atd.), turistické atrakce (komunita nabízí služby např. túry do okolí, sledování volně žijících zvířat, horolezectví, ukázkou místních tanců, či poznávání výroby místních tradičních předmětů) a turistický management (zahrnuje efektivní fungování celé komunity, nastavení pravidel zacházení s místními zdroji, efektivní hospodaření s odpadem atd.)
- Znalostí přírodních zdrojů všech členů komunity – a jejich předávání návštěvníkům. V Thajsku CBT zaměřuje na kvalitu převání místních zvyklostí a moudrosti příchozím návštěvníkům.
- Podporou zvenčí – obecně komunity mají širokou možnost podpory ze strany různých agentur, jako jsou vládní či nevládních agentury, akademické instituce nebo privátní sektor. Forma podpory může být finanční, technická či marketingová. Jakoukoliv z výše uvedených typů pomoci využívá zhruba polovina CBT v Thajsku a nejvíce využívaným typem pomoci je ta marketingová, kterou využívá cca 30 % CBT.

⁹³ Tourism Authority of Thailand: Amazing Thailand. [online]. 2014 [cit. 2014-10-02]. Dostupné z: <http://www.tourismthailand.org/>

⁹⁴ SATARAT. *SUSTAINABLE MANAGEMENT OF COMMUNITY-BASED TOURISM IN THAILAND* [online]. 2010 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2010/b166706.pdf>. A Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy. School of Public Administration. Vedoucí práce Pairote Pa-thranarakul, Ph.D

- Silným komunitním leadrem – ten musí být znalý všech náležitostí CBT a chtít je šířit mezi ostatní členy komunity, inspirovat členy k účasti na CBT a být jimi respektován.

4.2 Homestay v Thajsku

Jak je již vysvětleno v kapitole 2.4.2, pro rozvoj CBT slouží produkt Homestay. HS je specifický typ ubytování v rodinách místních obyvatel. Pro turisty ze západních zemí jsou alternativní formy cestování přitažlivé proto, že nabízí nepoznané a také proto, že turisté chtějí objevovat neznámá místa autentickým způsobem. Hostitelská domácnost dává možnost ponořit se do kultury vesnice, trávit v komunitě většinu času, účastnit se rodinných či náboženských událostí atp. Celá komunita a především hostitelská rodina tím generují zisky, které zlepšují socio-ekonomickou situaci v obci.

Thajsko se ukázalo jako jedna z oblíbených destinací pro HS, kvůli kráse přírodních zdrojů, její cenové dostupnosti, typické kuchyni a pohostinnosti místních lidí. Vláda hodnotí rozvoj HS jako pozitivní prostředek, který následuje královu filozofii soběstačné ekonomiky.⁹⁵ Před rokem 2000 byl HS relativně neobvyklým pojmem, protože vláda kladla důraz na masový turismus s maximalizací výnosů a počtu návštěvníků. V počátku zavádění CBT, projekt HS trpěl četnými problémy jako neadekvátním marketingem, nespravedlivým rozdělením výnosů, častým nedorozuměním mezi návštěvníky, hostitelskou rodinou, jejich návyky a kulturní disparitou. V roce 2005, Úřad pro rozvoj cestovního ruchu (OTD, Pod záštitou Ministerstva cestovního ruchu a sportu (MOTS).) převzal odpovědnost na řízení HS a v roce 2008 byly vytvořeny a zformulovány pravidla a standardy HS. Standardy obsahují 10 hlavních kategorií, formujících dohromady 31 specifických ukazatelů viz Tab. 1. Mezi zformovaná pravidla patří dle ministerstva nutnost hostitelské rodiny spát pod jednou střechou s návštěvníky, nabízet

⁹⁵SATARAT. *SUSTAINABLE MANAGEMENT OF COMMUNITY-BASED TOURISM IN THAILAND* [online]. 2010 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2010/b166706.pdf>. A Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy. School of Public Administration. Vedoucí práce Pairote Pa-thranarakul, Ph.D..

maximálně 4 samostatné pokoje nepřesahující 20 hostů v jedné domácnosti a doporučuje HS jako doplňkový (spíše než primární) zdroj příjmů. Oficiální certifikát může získat komunita, která zahrnuje minimálně čtyři domácnosti nabízející HS, a to po dobu dvou let. Na druhou stranu velký počet komunit označuje své Homestay oficiálním logem ministerstva aniž by měli jakékoli úřední potvrzení splňující oficiální standardy a to proto, že ministerstvo žádné potvrzení nevyžaduje a nechává zájemce hospodařit na bázi dobrovolnosti. V Thajsku v roce 2011 bylo registrováno přibližně 400 komunit, které nabízí Homestay ubytování. Pouze 151 z nich je oficiálně zaregistrována u Ministerstva turismu a sportu (MOTS). Ve stejném roce je deklarován příjem těchto zaregistrovaných Homestay komunit v průměru na 85 432 THB (cca \$ 2 440) za rok.⁹⁶

Nopparat Saratat zpracoval rozsáhlou studii zabývající se CBT v Thajsku, kde jedním z hlavních témat bylo zkoumáno ubytování Homestay, jakož to nedílná součást CBT. Podle Saratata je zavedeno HS pouze v 45% všech dotázaných CBT. To představuje velký prostor pro expanzi této služby. Zkoumané komunity ve 45 % nabízí možnost ubytování v 10-30 domech. Ve 42 % z nich však poskytuje HS méně než 10 domácností. Další součástí studie bylo zhodnocení, jak dlouho turisté v komunitě nocují. Ve 43 % zůstávají návštěvníci 2-3 noci, ve 32 % zůstávají jednu noc a pouze ve 25 % se rozhodnou přenocovat déle jak tři noci. Od tohoto průměru bude vycházeno v návrhové části.⁹⁷

⁹⁶ KONTOGEOURGOPOULOS, Nick, Anuwat CHURYEN a Varaphorn DUANGSAENG. Homestay Tourism and the Commercialization of the Rural Home in Thailand. [online] Asia Pacific Journal of Tourism Research. 2013 [cit. 2014-09-12], s. 1-22. DOI: 10.1080/10941665.2013.852119. Available to: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10941665.2013.852119>

⁹⁷ SATARAT. *SUSTAINABLE MANAGEMENT OF COMMUNITY-BASED TOURISM IN THAILAND* [online]. 2010 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2010/b166706.pdf>. A Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy. School of Public Administration. Vedoucí práce Pairote Pathranarakul, Ph.D.

Tab. 1 Thajské standardy ubytování Homestay

Standardy	Indicátory
1. Ubytování	1.1 Čistý, bezpečný a vhodný domov k ubytování
	1.2 Čisté a pohodlné místo pro spánek
	1.3 Čistá koupelna a toaleta
	1.4 Prostor pro relaxaci v domě nebo v komunitě
2. Strava	2.1 Adekvátní kvantita a kvalita pokrmů z místních surovin
	2.2 Pitná voda
	2.3 Čisté kuchyňské potřeby vhodné pro vaření a skladování jídla
	2.4 Hygienická kuchyně a kuchyňské náčiní
3. Bezpečí	3.1 Taška první pomoci
	3.2 Bezpečná komunita s rozvinutým systémem pomoci v době nebezpečí
4. Pohostinnost	4.1 Srdečné uvítání budující důvěru
	4.2 Příležitost k výměně informací o životě v obci a místní kultuře
5. Tour programy	5.1 Nabídka programu pro turisty
	5.2 Dostupnost informací o aktivitách v obci
	5.3 Ochota hostitelské rodiny zprostředkovat či zařídit místního průvodce
6. Přírodní zdroje a životní prostředí	5.4 Možnost (přírodních) turistických atrakcí uvnitř nebo v okolí lokality
	6.1 Zabezpečení (přírodních) turistických atrakcí
	6.2 Ochrana před dopady či snížení negativního vlivu turismu
	6.3 Pravidla ochraňující přírodní zdroje a postihy pro pytláky
	6.4
7. Kultura	7.1 Zachování místních kulturních tradic
	7.2 Udržování normálního života v komunitě
8. Vytvoření hodnoty pro místní produkty	7.3 Navržení místních suvenýrů sloužících k prodeji
	8.1 Vytváření typických lokálních produktů generujících přidanou hodnotu
	8.2 Spolupráce mezi obyvateli vesnice
9. Správa Homestay	9.1 Zformování výboru spravující Homestay
	9.2 Zavedení pravidel pro výbor spravující Homestay
	9.3 Spravedlivé dělení výnosů
	9.4 Systém pro rezervaci a platbu
	9.5 Přehledné, aktuální, detailní informace o poplatcích za služby
10. Vztahy s veřejností	10.1 Tištěná publikace o turistických aktivitách ve vesnici
	10.2 Zformulování marketingového plánu

Zdroj: Vlastní zpracování dle Nick Kontogeorgopoulos, Anuwat Churyen & Varaphorn Daungsaeng, 2013

4.2.1 Ukázka úspěšné realizace CBT a Homestay v Thajsku

Dle studie, kterou zpracoval Satarat bylo do roku 2010 v Thajském království zaznamenáno 299 komunit, fungujících na turismu založeném na komunitě (CBT). Geograficky jsou rozložené tak, že 143 se vyskytuje v severním regionu, 79 v jižním, 48 v centrální části a 29 je v regionu severovýchodním.⁹⁸

Ze všech zmíněných byly vybrány čtyři, které získaly Thajské turistické ocenění za nejlepší CBT v roce 2007, každý z jiného regionu. Za Severní region, kde je zastoupení HS nejvyšší, vesnice Mae Kampong, v provincii Chiang Mai. Dále z Jižního regionu vesnice Koh Yao Noi v oblasti Phang Nga, které současně získalo Ocenění nejlepší hostitelské vesnice či Vítěz turistické soutěže v kategorii Propagace a rozvoje, a která dle starosty Samroeng Rakkhet zavedla poprvé produkt Homestay v Thajsku. V Centrální části vesnice Bang Chao Cha, region Angthong a poslední Severovýchodní oblast sdružení vesnic Khok Kong, oblast Kalasin.⁹⁹

Jednou z nich je i vesnice Mae Kampong, která je proslulá kvůli CBT iniciativám a v celém Thajsku se stala známá jako modelový případ pro rozvoj CBT a v celém království nemá obdoby. Dle Boonratana (2010) je Mae Kampong výjimečný díky dosahování úspěchů v komunitním zapojení, kolektivnímu prospěchu, zachování tradičního způsobu života, kultury, rovné distribuci příjmů a vytváření rovných příležitostí.¹⁰⁰ Vesnice těží z výhodné geografické polohy blízko provinčního města Chiang Mai, které např. v roce 2011 navštívilo 2,5 milionu domácích turistů a 1,9 milionu turistů zahraničních (dle TAT). Turisté navštěvují lokalitu z mnoha důvodů, např. historického, náboženského či kvůli místní floře a fauně (opice, sloni, tygři a hadi). Mae Kampong je

⁹⁸ SATARAT. *SUSTAINABLE MANAGEMENT OF COMMUNITY-BASED TOURISM IN THAILAND* [online]. 2010 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2010/b166706.pdf>. A Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy. School of Public Administration. Vedoucí práce Pairote Pathranarakul, Ph.D.

⁹⁹ Tamtéž.

¹⁰⁰ BOONRATANA, Ramesh. *Community-Based Tourism in Thailand: The Need and Justification for an Operational Definition* [online]. Bangkok: The Kasetsart Journal: Social Science, 2010 [cit. 2016-03-30]. Dostupné z: <https://goo.gl/Vkx3ET>

jedna z příkladných destinací, která úspěšně zvládla příliv turistů a zároveň se vyhnula vážným negativním dopadům.¹⁰¹

Stěžejním pro rozvoj CBT v Mae Kampong bylo zavedení Homestay, kdy návštěvníci mohli zůstat přes noc u hostitelských rodin. V počátcích rozvoje CBT (rok 2000) se programu HS účastnilo pouhých pět domů, v roce 2013 to bylo již 24, což tvoří téměř 20 % ze všech domácností. Rozšiřování kapacity ubytovacích prostor rostlo přímo úměrně na zvyšujícím se počtu návštěvníků. V počátcích projektu vesnici navštívilo pár stovek turistů ročně, v roce 2007 to bylo již 1 513 a po dobu dalších 5 let počet turistů vzrostl o 208 % na úroveň 4 657 návštěvníků Mae Kampong (rok 2012). Z celkového počtu příchozích celých 80 % zůstává minimálně jednu noc u hostitelské rodiny a využívají turistických balíčků, které jim místní obyvatelé připravili. Balíčky zahrnují aktivity jak uvnitř komunity, tak v jejím okolí.¹⁰² Komunita Mae Kampong je velice aktivní svou účastí v lokálních skupinách, kterých je celkem 12, kupříkladu skupina zvaná medicína pomocí bylinek, skupina tradiční thajské hudby a tance, skupina průvodců, masérů či starších.¹⁰³

Důležitým měřítkem úspěšnosti je finanční příjem komunity a místních skupin. V roce 2003 byl příjem domácností na úrovni 49 000 THB (tedy \$ 1 396) a o necelou dekádu později již 154 550 THB (\$ 4 401). Ovšem na komunitní úrovni turismus přinesl mnohem více, než bylo očekáváno. Starosta obce Poo Yai Baan odhaduje, že v začátcích zavedení CBT (rok 2000) přinesl turismus do vesnice přibližně 80 000 THB (\$ 2 278). Do roku 2012 pak písemné záznamy zobrazují celkové tržby ve výši něco málo přes

¹⁰¹ KONTOGEOURGOPOULOS, Nick, ANUWAT Churyen a VARAPHORN Duangsaeng. *Success Factors in Community-Based Tourism in Thailand: The Role of Luck, External Support, and Local Leadership* [online]. Routledge Taylor&Francis Group, 2014 [cit. 2016-04-29]. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/21568316.2013.852991>. Dostupné z: <http://www.pugetsound.edu/files/resources/tourism-planning-and-development.pdf>

¹⁰² Tamtéž.

¹⁰³ SATARAT. *SUSTAINABLE MANAGEMENT OF COMMUNITY BASED TOURISM IN THAILAND* [online]. 2010 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2010/b166706.pdf>. A Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy. School of Public Administration. Vedoucí práce Pairote Pathranarakul, Ph.D.

2,6 milionu THB (\$ 74 053). S přihlédnutím k okolnostem je zřejmé, že zisky pramení převážně z turistického ruchu.¹⁰⁴

Dle Nicka Kontogeorgopoulose za úspěch komunity mohou tři složky a to štěstí, vnější podpora a individuální vedení. Štěstím je míněna velmi dobrá geografická poloha, která má vytvořenou dobrou infrastrukturu (i když nevhodnou pro dopravu velkými autobusy, což přirozeně omezuje rozmach masového turismu), polohu ve vysoké nadmořské výšce, kde je příjemné klima, a proto je často vyhledáváno návštěvníky z městských oblastí, a stabilní přírodní zdroje. Bez vnější podpory by oblast také nevykazovala takovou úspěšnost. Podpora pramení především ze strany státu (např. OTD, TAT, OTOP), nevládních organizací i soukromého sektoru. Podporou propagace úspěšnosti se návštěvnost ještě navýšila o návštěvníky, kteří přijíždí za vzděláním i pozorováním systému úspěšného fungování komunity. Návštěvníků přijíždějících prostřednictvím institucí zaměřujících se na vzdělání je až 60 %. Starosta obce vykonává velmi dobrou práci a tím pozitivně ovlivňuje úspěch komunity. Bez znalosti standardů CBT, pozitivního vedení, vhodné motivace místních obyvatel k poskytování informací turistům a překonávání rozdílů mezi návštěvníky a místními, by byl vývoj komunity neudržitelný.¹⁰⁵

4.3 Thajský turismus

Od roku 1998 se počet přijíždějících turistů skoro zčtyřnásobil a to na úroveň 29,88 mil. přijíždějících turistů¹⁰⁶ v roce 2015, přičemž v roce 2010 to byla pouhá polovina (15,93 mil.)¹⁰⁷. Je tedy beze sporu, že Thajský cestovní ruch za poslední roky zazname-

¹⁰⁴ KONTOGEOURGOPOULOS, Nick, ANUWAT Churyen a VARAPHORN Duangsaeng. *Success Factors in Community-Based Tourism in Thailand: The Role of Luck, External Support, and Local Leadership* [online]. Routledge Taylor&Francis Group, 2014 [cit. 2016-04-29]. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/21568316.2013.852991>. Dostupné z: <http://www.pugetsound.edu/files/resources/tourism-planning-and-development.pdf>

¹⁰⁵ Tamtéž.

¹⁰⁶ www.tourism.go.th: *Department of Tourism* [online]. 2011 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25306>

¹⁰⁷ World Bank: *International tourism, number of arrivals* [online]. [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://goo.gl/lnzTw7>

nává obrovský vzestup. To je znát jak v podílu zaměstnanosti, tak ve významu na HDP thajské ekonomiky. Thajské království je mimořádně přitažlivým regionem a to díky 23 000 buddhistických chrámů, z nichž některé velikostí, uměleckou i faktickou hodnotou výzdoby v exteriéru i interiéru patří ke světovým raritám.¹⁰⁸

Už v roce 1998 se Thajsko po prožití finanční krize chlubilo 7,5procentním růstem v mezinárodních příjezdech turistů na úroveň 7,7 milionu osob. Díky skutečnosti, že bath poklesl vůči dolaru z 36 v polovině roku 1997 na 25 na konci prvního čtvrtletí roku 1999, mohli thajští hoteliéři nabízet výhodné turistické balíčky za velmi příznivou cenu. Dále pak thajskému cestovnímu ruchu pomohla efektivní marketingová kampaň: Amazing Thailand. Centrála cestovního ruchu Thajska (TAT) se také velmi dobře starala o své malé a střední podniky v oblasti cestovního ruchu, zavedla webové stránky, které propojily toto podnikání elektronicky a dovolily tak těmto subjektům komunikovat a získávat své zákazníky. Ze šedesáti procent jsou to totiž zahraniční nezávislí turisté, kteří své služby často hledali právě na internetu. Thajská vláda je jedna z těch asijských zemí, která uznala význam domácího cestovního ruchu a tím zaplnila případné mezery v poptávce ze strany zahraničních turistů. Vzhledem k faktu, že si může pouze malý podíl thajské populace dovolit cestovat do zámoří je i domácí cestovní ruch žádanou alternativou. Kampaň The Amazing Thailand se ukázala jako jedna z nejvíce poutavých a efektivních marketingových kampaní na scéně světového cestovního ruchu. A zaznamenala úspěch také proto, že Thajsko je levná a bezpečná destinace situovaná v srdci regionů ASEAN a Mekong.¹⁰⁹

Vysoká ekonomická nerovnost v Thajském království pobízí obyvatele chudých, především rurálních oblastí migrovat za pracovními příležitostmi. Tito lidé následně zanechávají své rodiče či prarodiče v odlehlých částech země samotné, neúčastní se komunitního života a nepřinášejí žádnou přidanou hodnotu, což vede ke snížení životní úrovně

¹⁰⁸ HRALA, Václav, ŠAFAŘÍK, Viktor (ed.). *Geografie cestovního ruchu*. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2013. s. 135 ISBN 978-80-85970-79-1.

¹⁰⁹ WORLD TOURISM ORGANIZATION. *East Asia & Pacific, Tourism 2020 vision*. Madrid: World Tourism Organisation, 2000. ISBN 9284403871.

těchto komunit. Turismus, který v Thajsku zaměstnává 15 % obyvatelstva, je však nerovnoměrně rozložen. Abychom snížili migraci za prací, tím zachovali komunitní život a péči o seniory, je snaha o dosažení udržitelného rozvoje ve venkovských oblastech. Potenciál zvýšení ekonomických příjmu prostřednictvím cestovního ruchu je pravděpodobný a dosažitelný. Tento rozvoj by měl následovat filozofii královny soběstačné ekonomiky, tím být v souladu s myšlením místních lidí a současně snížit zásah do komunitního životního stylu.

4.3.1 Struktura příjíždějících turistů v Thajsku¹¹⁰

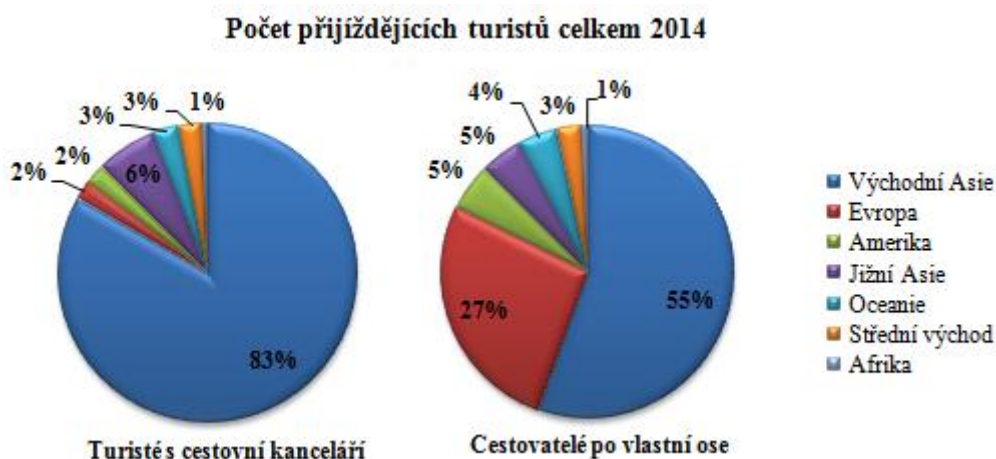
Hlavním přínosem projektu Homestay ve vesnici Woen Buek je možnost zůstat přes noc u místních rodin, poznat fungování komunity, zapojit se do chodu celé domácnosti a sdílet vzájemné odlišnosti kultury. Ne všichni turisté jsou žádoucí pro rozvoj projektu Homestay. Aby bylo možné zacílit na pouze na ty, kteří budou podporovat komunitou založený turismus bez výrazného zásahu chodu obce, je nutné zjistit strukturu všech příjíždějících turistů.

Celá struktura příjíždějících je dělena na regiony, z jakých turisté nejčastěji pochází. Dále je zjišťováno, na jak dlouhé období návštěvníci příjíždějí, jaké finančních výdaje průměrně utratí, za jaké komodity a jaké příjmy v součtu generují. V neposlední řadě je zkoumáno, zda do země příjíždí cestovatelé prostřednictvím služeb cestovních kanceláří, nebo po vlastní ose. Na základě zjištěných dat bude možné říci, jaký vzorek turistů do království příjíždí, jaká je velikost potenciální klientely. To umožňuje lépe se zaměřit marketing a následně predikovat množství turistů, které by bylo ochotno cestovat do odlehlých částí země a využívat služeb vesnice Woen Buek. Všechna zjištěná data pomohou predikovat úspěšnost projektu.

Dle Thajského ministerstva turismu a sportu přijelo v roce 2014 do země 24,8 mil. turistů. Z toho více než polovina pochází z východní Asie, což je logické s přihlédnutím ke geografickému hledisku. Ačkoli lidé z východní Asie příjíždí v největším počtu, zdr-

¹¹⁰ TOURISM RECEIPTS FROM INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS. *Department of Tourism* [online]. 2014 [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://goo.gl/PzY3VD>

žují se nejméně, průměrně pouhých 6 nocí, což je také viditelné v souhrnu finančních prostředků, které v Thajsku utratí. Nejpočetnější skupinu příjíždějících tedy tvoří lidé z východní Asie, dále Evropy a Spojených států.

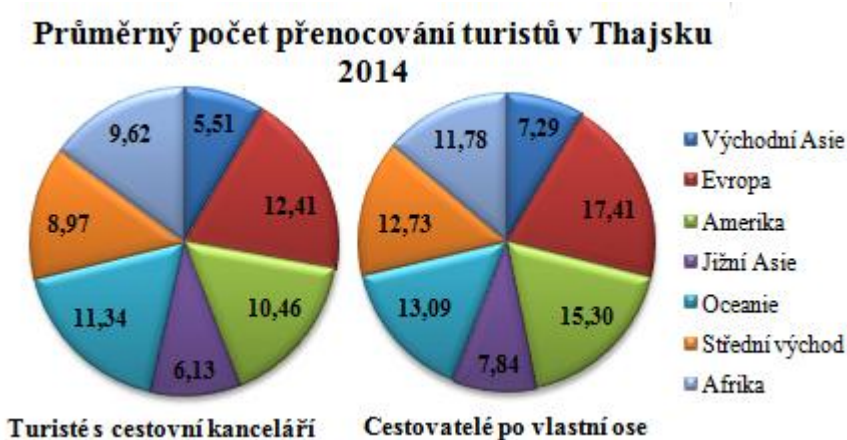


Obr. 7 Počet příjíždějících turistů celkem 2014
Zdroj: Vlastní zpracování dle Department of Tourism, 2015

Z grafu (viz Obr. 7) je znatelné, jak výrazně se struktura příjíždějících do Thajska mění dle formy cestování. Jelikož cestovní kanceláře nabízí převážně turisty oblíbené destinace, čímž podporují masový turismus, návrhový projekt na tuto skupinu příjíždějících necílí. Faktem ovšem je, že skupina osob využívající služeb cestovních kanceláří utrácí více, než lidé příjíždějící po vlastní ose. Konkrétně z průměrných \$ 165/den/os. cestující s cestovní kanceláří versus \$ 144/den/os. putující po vlastní ose. Ze všech zkoumaných skupin pak průměrně nejvíce utratí lidé z Oceánie (\$ 180/den/os.; cestovní kancelář) a nejméně lidé z Evropy (\$ 127/den/os.; po vlastní ose), viz příloha B, Tab. 8. Z tohoto pohledu by se mohlo zdát, že skupina Evropanů, kteří cestují tímto způsobem, je méně zajímavá a není výhodné ji brát jako cílovou skupinu, avšak další aspekty objasní opak.

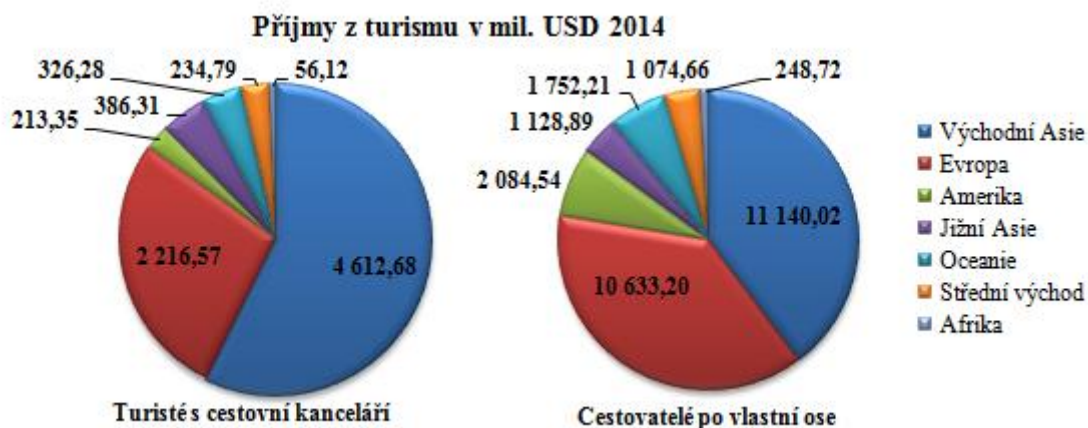
Objem finančních prostředků, které turisté z jednotlivých zkoumaných regionů do oblasti přinesou je sice významný, ale není to pouze tento faktor, který vyobrazuje kategorii, na kterou je vhodné zacílit. Protože pokud se projekt zaměří pouze na cestovatele z Oceánie, při dalším zkoumání zjistí, že počet dní, které turisté zůstávají v oblasti, již není nejvyšší. Návštěvníci z této oblasti nepříjíždí v největším zastoupení a proto celkové příjmy, které přichází z Oceánie, jsou pouze na úrovni cca \$ 2 mld. (z celkových cca

\$ 16 mld.; 2014). Dalším faktorem, proč je do výzkumu zahrnut průměrný počet přenocování, je předpoklad, že turisté, kteří zůstávají v zemi delší dobu, mají flexibilnější časové možnosti prozkoumat i vzdálenější oblasti a zůstat na těchto odlehlých místech delší dobu. Mají zároveň predispozice k lepšímu pochopení místní kultury, stejně tak jako chuť poznat více tváří Thajska. Jak už bylo řečeno, do cílové skupiny našeho projektu nejsou zahrnutí turisté přijíždějící přes cestovní kanceláře, ale pouze po vlastní ose. Z tohoto rozdělení nejdéle setrvávají Evropané, dále Američané a obyvatelé Středního východu.



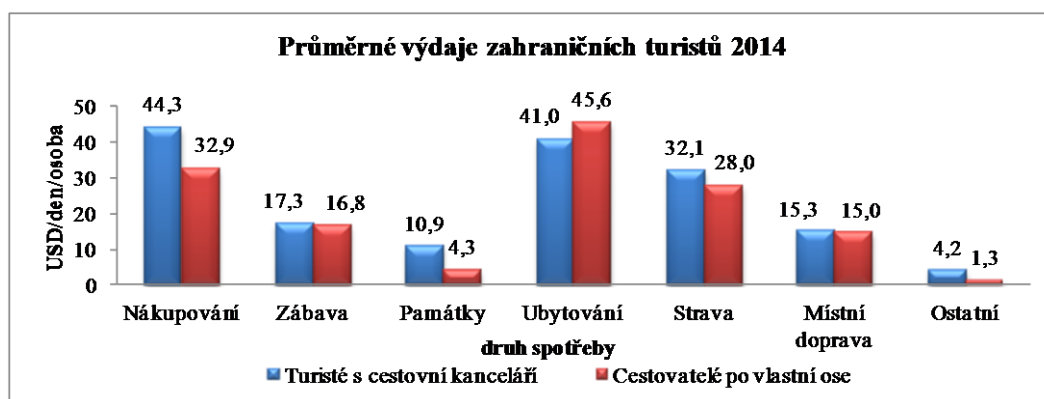
Obr. 8 Průměrný počet přenocování turistů v Thajsku 2014
Zdroj: Vlastní zpracování dle Department of Tourism, 2015

Počet přijíždějících turistů, průměrná délka jejich přenocování a průměrné cestovatelské výdaje, tvoří celkové tržby. V Grafu (viz Obr. 9) lze pozorovat, že celkové příjmy jsou vždy vyšší od skupiny cestujících po vlastní ose, než prostřednictvím cestovních kanceláří. To je dáno delší dobou pobytu, ačkoliv turisté přijíždějící skrz cestovní kanceláře průměrně utratí více. Například Evropané, ačkoli bylo výše zmíněno, že výdaje této skupiny jsou v průměru nejnižší, v celkovém součtu osob cestujících po vlastní ose skoro dorovnávají příjmy cestovatelů z východní Asie. To platí navzdory tomu, že návštěvnost asiátů je dvojnásobná oproti cestovatelům z Evropy. Přehled všech zkoumaných ukazatelů v konkrétních číslech je zobrazen v Příloze B, Tab. 8.



Obr. 9 Příjmy z turismu v mil USD 2014
Zdroj: Vlastní zpracování dle Department of Tourism, 2015

Pokud je znám objem finančních výdajů, lze porovnat, za co jsou tyto cestovatelské náklady vydávány. Graf (viz Obr. 10) zobrazuje, že obě sledované skupiny utratí nejvíce za ubytování, nákupy a stravu. Z toho vyplývá, že zahraniční turisté jsou ochotni utrácet za ubytování i stravu, což je hlavní zdroj příjmu návrhového projektu ve vesnici Woen Buek. Další významnou položkou jsou nákupy, proto je vhodné v komunitě vytvářet lokální originální produkty, ze kterých by mohla místní komunita produkovat další zisk. Z průměrných výdajů mezinárodních turistů budeme vycházet i při tvorbě ceny. Tvorba ceny bude stanovena také na základě nákladů komunity, ceny konkurence i ochoty platit za dané služby.

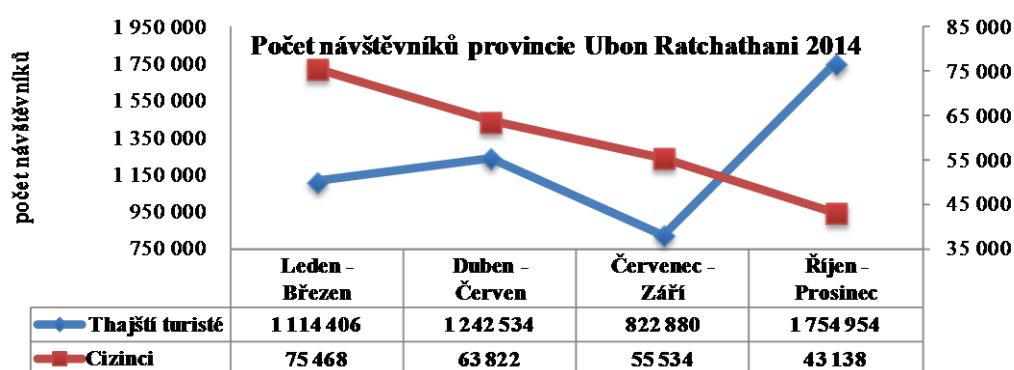


Obr. 10 Průměrné výdaje zahraničních turistů 2014
Zdroj: Vlastní zpracování dle Department of Tourism, 2015

4.3.2 Struktura příjezdějících turistů v provincii Ubon Ratchathani¹¹¹

V roce 2014 navštívilo provincii Ubon Ratchathani 5,2 milionu osob. Z tohoto počtu pouhých 238 tis. pocházelo ze zahraničí. Návrhová část projektu cílí na hlavně na turisty ze zahraničí, ale nelze opomíjet turismus domácí. Domácí turisté jsou však často motivováni zůstat v Homestay z jiných důvodů než turisté zahraniční a to především z důvodu absence jakýkoliv jiných ubytovacích zařízení.

V grafu (viz Obr. 11) je zobrazena struktura návštěvnosti, která se liší s ohledem na čas a národnost turistů. Zatímco turisté z ciziny navštěvují region převážně v prvním kvartále roku, u domácích je to ve čtvrtém čtvrtletí. Domácí turisté by tak mohli vykompenzovat ztrátu z absence turistů zahraničních. Z pohledu sezónnosti se různí i doba, po kterou turisté setrvávají. Nejdéle zůstávali turisté zahraniční v prvním kvartále roku a to průměrně 4,18 dne. Průměr celého roku je pak pro cizince doba 3,54 dne a pro domácí návštěvníky 2,55 dne. Nejenom, že turisté ze zahraničí zůstávají déle, více pak i utrací. Domácí turista utratí průměrně na den za osobu \$ 31,4 a cizinec pak \$ 39.



Obr. 11 Počet návštěvníků provincie Ubon Ratchathani 2014

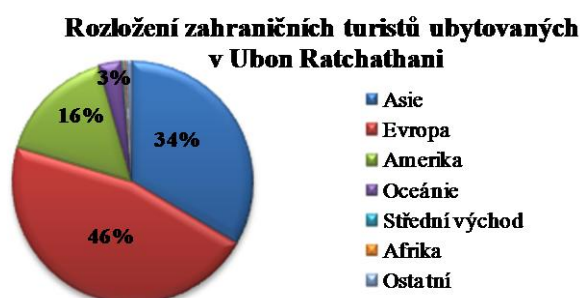
Zdroj: Vlastní zpracování dle Departement of Tourism, 2015

Z celkového počtu návštěvníků se v provincii ubytoval jeden milion osob z toho přibližně 61 tis. ze zahraničí. Provincie generovala tržby z turismu v hodnotě \$ 154 tis. Graf (Obr. 12) zobrazuje všech 60 690 zahraničních turistů, kteří se rozhodli v regionu

¹¹¹ Department of tourism: 1.6 Domestic_Q1-Q4_2557_ภาคอีสาน [online]. Bangkok 2014 In: [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24333>

ubytovat a dělí je dle původu regionu. Celých 28 013 Evropanů se rozhodlo přenocovat v provincii (2014). Druhou nejpočetnější skupinu tvoří Asiaté (20 296) a třetí významnou kategorii tvoří lidé z USA a Kanady, kterých tu setrvalo skoro 10 tisíc. Toto množství je pro náš projekt klíčový, protože všichni tvoří naše zásadní potenciální zákazníky.

Jak bylo výše zjištěno, provincie Ubon Ratchathani představuje oblast, kde je velký prostor pro podporu lidského růstu. Díky silné komunitní soudržnosti je velká pravděpodobnost úspěchu zavedení CBT. Mezi dílčí cíle práce patří zvýšit povědomí o regionu či obci, zde je tedy nutné využít potenciál vysokého množství cizinců, kteří přijedou do země kvůli hlavním turistickým atrakcím a přilákat je do vesnice. Implementace projektu právě v této provincii je tedy opodstatněná.



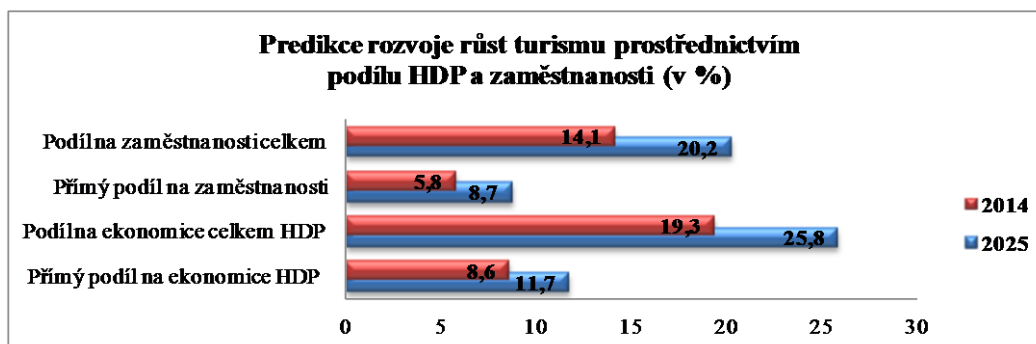
Obr. 12 Rozložení zahraničních turistů ubytovaných v Ubon Ratchathani
Zdroj: Vlastní zpracování dle Departement of Tourism, 2015

4.3.3 Předpokládaný vývoj rozvoje turismu

Vize 2020 je rozsáhlý dokument zpracovaný Světovou organizací cestovního ruchu (WTTC) na přelomu tisíciletí. Vize pracuje se šesti světovými regiony turismu, jimiž jsou Evropa (jako světový leader), Amerika, Východní Asie a Pacifik, Jižní Asie, Afrika a Střední východ.¹¹² Tento materiál je doplněn o výhled vývoje mezinárodního turismu do roku 2025. Hlavní změnou v odhadu trendů v regionálním rozložení turismu nastane ve změně světových hráčů. Největší změnu zaznamená region Asijsko-pacifický, resp. region Východní Asie. V tomto regionu má růst jak zahraniční, tak domácí turismus.

¹¹² WORLD TOURISM ORGANIZATION. *East Asia & Pacific Tourism, 2020 vision*. Madrid: World Tourism Organisation, 2000. s. 101 ISBN 9284403871.

Thajské království by dle vize 2030 mělo spadat do kategorie zemí s vysokým tempem růstu příjezdů.¹¹³



Obr. 13 Predikce rozvoje růst turismu na základě HDP a Zaměstnanosti (%)

Zdroj: Vlastní zpracování dle TURNER, Rochelle. *Economic Impact in Thailand*, 2015

Světová organizace cestovního ruchu predikuje nárůst vlivu turismu v Thajsku. Dále rozlišuje turismus, který má přímý vliv a celkový vliv. Přímý zahrnuje HDP i zaměstnanost hotelů, aerolinek, letišť, cestovních kanceláří, rekreačních služeb a organizace zaměřující se přímo na turisty. Naopak celkový vliv zahrnuje také širší dopady vyvolané vlivem cestovního ruchu. Do celkových se počítají např. výstavba nových hotelů, marketing v cestovním ruchu, bezpečnostní služby, úklid hotelových zařízení, stravovací zařízení, IT služby pro cestovní kanceláře, investice a jednoduše vše, co je napojeno na cestovní ruch. Předpokládaný přímý vliv na HDP bude růst 6,7 % pa do roku 2025, stejně jako celkový vliv, který poroste podobnou rychlostí (6,4 % pa) a dosáhne tak v roce 2025 skoro 26 % HDP celé země. Cestovní ruch v roce 2015 vytvářel 2,22 mil. pracovních pozic, odhady predikují, že v roce 2025 už to bude 3,48 milionu. Zahrneme-li všechna odvětví, která jsou na turismus přímo napojena, můžeme říci, že cestovní ruch generuje 5,43 mil. pracovních míst (2015), což by mohlo v budoucnu tvořit až

¹¹³ PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.

8,14 mil. pracujících, tj. 20 % všech obyvatel, kteří by měli dle světové organizace pracovat v odvětví turismu, viz Obr. 13.¹¹⁴

4.4 Možnosti financování projektu

Aby bylo možné projekt implementovat, je nutné najít vhodnou formu financování nákladů projektu. Realizace všech rozvojových projektů vyžadují počáteční kapitál. Realizátoři projektů zhodnocují alternativy a následně vyhodnocují nejvýhodnější zdroj prostředků pro určitý typ projektu i lokalitu. Tzv. donoři mohou být jak:

- **mezinárodní organizace** - Asijská rozvojová banka (ADB), Evropské společenství, Evropský rozvojový fond, Rozvojový program (UNDP), Mezinárodní banky pro obnovu a rozvoj (IBRD), Mezinárodní asociaci pro rozvoj (IDA), Fond pro mezinárodní rozvoj (OPEC), které se rozvojovou situací zabývají či mají vyčleněnou část příspěvků na rozvojovou pomoc. Mezinárodní rozvojová pomoc je nákladná, protože změny vedoucí ke zlepšení rozvojové situace mohou mít plošný, institucionální i strukturní charakter.
- **národní vlády** - skrz národní programy zahraniční spolupráce (Americká agentura pro mezinárodní rozvoj (USAID), Zemědělská banka pro spolupráci (BAC))
- **privátní dárci** (Nadace Billa a Melindy Gatesových), ti většinou pomáhají formou sbírek či jsou zastoupeni nevládními organizacemi.¹¹⁵

4.4.1 Thajský revolvingový fond měst a vesnic

Ze jmenovaných alternativ, díky lokalizaci projektu v Thajském království stojí za zhodnocení Thajský revolvingový fond měst a vesnic (Thailand Village and Urban Re-

¹¹⁴ TURNER, Rochelle. *Travel & Tourism: Economic Impact 2015 Thailand* [online]. In: . United Kingdom: World Travel & Tourism council, 2015 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/thailand2015.pdf>

¹¹⁵ KRÁLOVÁ, Daniela, Blanka MEDKOVÁ a Jana MRAČKOVÁ (eds.). *Novinář, rozvojová spolupráce a humanitární pomoc: příručka rozvojového vzdělávání pro studenty mediálních oborů*. Praha: Člověk v tísni, společnost při ČT, c2007. ISBN 978-80-86961-31-6.

volling Fund – VRF). VRF byl zahájen v roce 2001, kdy Thajská vláda přislíbila poskytnutí milionu báthů (asi \$ 28 000) do každé vesnice a městské komunity (bez ohledu na velikost obce), jako pracovní kapitál pomáhající místním podnikatelům převážně ve venkovských oblastech. Do května 2005 bylo přerozděleno asi 8 miliard USD (v průměrné výši \$ 466), které se dostalo téměř do 74 000 vesnic a 4 500 tisíce měst.¹¹⁶ Prestižní Britský magazín *The Economist* označil VRF ze všech 120 000 mikroúvěrových iniciativ z celého světa za ten, který přerozdělil nejvíce peněz.¹¹⁷

Myšlenkou fondu je vytvořit soběstačné mikrofinancování vesnic v Thajsku. I když tento systém financován ze státních dotací, je zpravován Bankou pro zemědělství a zemědělská družstva (Bank of Agriculture and Agricultural Cooperatives, BAAC),¹¹⁸ která operuje pouze s rurálními oblastmi a také s Vládní spořitelnou (Government Savings Bank, GSB), která obsluhuje klienty v městských částech.¹¹⁹

Dále je vymezeno pět kroků k zavedení vesnického komunitního fondu:

- Obec založí místní výbor pro hospodaření s fondem (výbor se skládá z 15 členů, z toho polovina žen).
- Výbor založí účet u BAAC, kde přijmou sumu milionu báthů.
- Místní výbor obecního fondu prošetřuje žádosti o úvěr a určuje, který místní spolek si může půjčit a na jaké účely (úvěr jednotlivým komunitám by neměl přesáhnout 50 000 TBH; asi \$ 1 500).

¹¹⁶ BOONPERM, Jirawan, Jonathan HAUGHTON a Shahidur R. KHANDKER. *Does the Village Fund Matter in Thailand?* [online] Bangkok, 2007 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://goo.gl/uprqbX>

¹¹⁷ The Economics: Microfinance in Thailand. : *The biggest microlender of them all* [online]. Bangkok, 2013 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://goo.gl/aqrO4C>

¹¹⁸ Tamtéž.

¹¹⁹ BOONPERM, Jirawan, Jonathan HAUGHTON a Shahidur R. KHANDKER. *Policy Research Working Paper: Does the Village Fund Matter in Thailand?* In: The World Bank: Development Research Group: Sustainable Rural and Urban Development Team [online]. World Bank, 2009 [cit. 2016-03-24]. WPS5011. Dostupné z: <http://goo.gl/uprqbX>

-
- Každý dlužník musí otevřít vlastní účet v BAAC, aby získal přístup k úvěru. Minimální zůstatek na účtu musí být vyšší než 100 THB (asi \$ 3).
 - Dlužník je povinen splatit účet. Spolek splácí peníze do obecního fondu, následně potom BAAC vydává pravidelné výpisy a informuje o transakcích.¹²⁰

Na základě vymezení konkrétních kroků k získání půjčky, se jeví Thajský revolvingový fond jako nejvhodnější financování projektu.

Závěrem kapitoly lze shrnout, že bylo opodstatněno umístění projektu. Důvod proč využít formu rozvoje prostřednictvím CBT a nalezení vhodné formy financování. Je tedy možno přejít k samotné návrhové části projektu.

¹²⁰ BOONPERM, Jirawan, Jonathan HAUGHTON a Shahidur R. KHANDKER. *Policy Research Working Paper: Does the Village Fund Matter in Thailand?* In: The World Bank: Development Research Group: Sustainable Rural and Urban Development Team [online]. World Bank, 2009 [cit. 2016-03-24]. WPS5011. Dostupné z: <http://goo.gl/uprqb>

5 Návrh modelového rozvojového projektu

5.1 Úvod do projektu

Projekt zavádí produkt cestovního ruchu v malé vesnici Woen Buek, situované v Severovýchodním regionu Thajského království, v provincii Ubon Ratchathani. Produkt nazývaný Homestay, slouží jako zdroj sekundárního příjmu pro místní obyvatele a tím pomáhá zlepšovat životní podmínky pro obyvatele obce. Homestay je forma ubytování pro všechny návštěvníky, kteří se rozhodnou v obci přenocovat za úplatu. Nocovat pod jednou střechou s místními obyvateli přináší lepší poznání lokální kultury a participaci na životě v obci. Homestay zahrnuje osobní přístup k návštěvníkům a snaží se o to, aby se hosté cítili jako doma, včetně domácí stravy a poskytování možnosti lokálních zvyků či řemesel, pokud o to turisté projeví zájem. Možnost ubytování přímo v komunitě je pro rozvoj daného cestovního ruchu klíčové. Turisté mají možnost využít více nabízených služeb a produktů od tamních obyvatel, které jim pomohou poznat lokální kulturu a tím zároveň přinést finanční zdroje do komunity. Více o Homestay viz kapitola 2.4.2 a 4.2.

5.2 Cíle projektu

Globálním cílem projektu je podpora lidského rozvoje spolu se zlepšením životních podmínek obyvatel vesnice Ban Woen Buek v provincii Ubon Ratchathani, lokalizovaném v Severovýchodním regionu Thajska prostřednictvím implementace Homestay.

Specifický cíl projektu je navržení produktu cestovního ruchu Homestay, který přinese do zkoumané komunity finanční příjem prostřednictvím provize z poskytované služby ubytování návštěvníků. Cílem je sestavení skupiny Homestay, která se bude podílet na chodu této služby a zajišťovat spravedlivou redistribuci příjmů. Skupina pracuje na principech CBT, takže část zisků bude přerozdělena na podporu celé vesnice. Zavedením nové služby vznikne prostor pro rozšiřování povědomí o místní kultuře a lokálních zvycích včetně zajištění jejího zachování. Projekt cílí na zvýšení ekonomického růstu a tím pomůže snížit chudobu v obci.

5.3 Charakteristika současného stavu obce

5.3.1 Vesnice Woen Buek

Ban Woen Buek se nachází 9 km od hlavního města (stejnomeného) distriktu Khong Chiem, které je situováno 70 km východně od provinčního města Ubon Ratchathani. Khong Chiam leží na soutoku dvou řek – Mekong a Mun (nebo též Nammun, viz Obr. 26), který je častou turistickou atrakcí návštěvníků. Distrikt je znám také pro svou nejvýchodnější polohu v Thajsku a lidé se sem přijíždí pozorovat první paprsky slunce dopadající na Thajské území přes řeku Mekong.

Historie obce se datuje k počátku 20. století, příchodem osadníků z Laosu, název obce vychází ze specifického druhu ryby (sumce) zvané „pla Buek“, která je typická pro danou oblast v řece Mekong. Vybavenost obce zahrnuje dva buddhistické chrámy, nemocnici, základní školu, společenský dům, dva obchody s potravinami a restauraci.

V obci žije 319 obyvatel z toho 157 žen a 162 mužů. Průměrný roční příjem v obci je 48 000 THB na osobu (tj. cca \$ 4 osoba/den). Většina mužů se živí rybolovem, početná část žen plete bambusové produkty a živí se sběrem plodů v okolních lesích, které mohou prodávat na trhu. Obyvatelé se stejnou obživou se shlukují do tzv. skupin a pomáhají si navzájem. V obci jsou tři hlavní skupiny a to: skupina rybářů (70 členů), skupina žen (55 členů) a skupina pletoucí produkty z bambusu (60 členů).¹²¹ Ačkoli hornatá a zalesněná okolní krajina není vhodná pro zemědělství, je vhodná pro turismus, trekové túry do okolí mohou být žádanou turistickou atrakcí, která nabízí návštěvníkům panoramatické výhledy jak na řeku Mekong, tak na rýžová pole v sousedním Laosu.

5.3.2 Turistický potenciál v obci a okolí

Turistický potenciál aneb důvodů navštívit takto odlehlou oblast je mnoho. Doposud zde však cestovní ruch funguje spíše sporadicky. Počet návštěvníků přijíždějících do obce čítá přibližně 300 turistů za rok, ti v komunitě však stráví maximálně jedno

¹²¹ PHOENGPHA, Sudthid. *Starosta obce* [Osobní rozhovor]. Ban Woen Buek, [cit. 2014-07-25]

odpoledne (i z důvodu absence ubytovacích zařízení). Většinu návštěvníků láká jedinečný výhled na řeku Mekong (viz Obr. 19) či Bru etnikum.¹²²

Následující výčet aktivit je důvodem, proč turisté mají Ban Woen Buek navštívit a přenocovat třeba i několik dní. Bez turistického vyžití, by návrh projektu byl neudržitelný a neodůvodněný.

Kultura Bru

Jako hlavní turistická atrakce je poznání tradičního způsobu života obyvatel žijících na řece Mekong. Díky možnosti pozorovat a participovat se na lokálním životě, kde lidé vaří v původních venkovních kuchyních a živí se lovem ryb či sběrem plodů v okolním národním parku zvaném Kaeng Tana National Park, se návštěvník ocitá v jiném světě.

Tradiční kultura není vzácná jen tím, že ustrnula v čase, ale také tím, že vychází se staré kultury zvané „Bru etnikum“. Lidé kmene Bru, pochází z Laosu a část žije jak v Thajsku, tak ve Vietnamu. Tito lidé se usazovali především v horských oblastech blízko vodních toků. Dříve přežívali převážně na lovu a rybaření, nyní také chovají dobytek a hospodaří. Největší specifikum tvoří jejich jazyk, který téměř vymizel, ale ve vesnici s ním někteří obyvatelé stále hovoří. To dosud přilákalo mnoho vědců a studentů, kteří se snaží zachovat tento jazyk, který dodnes nemá písemnou podobu, aby zjistili co nejvíce ze života tohoto kmene. Ban Woen Buek je jednou z posledních pěti vesnic na území Thajska, které tímto starým jazykem stále mluví, a v obci můžeme nalézt pouze tři domácnosti, které lze nazývat odborníky na Bru jazyk¹²³ (viz Obr. 27).

Řeka Mekong

Řeka Mekong je neodmyslitelnou součástí místních obyvatel, kteří jsou na ní existenčně závislí. V Mekongské nížině žije přibližně 70-80 milionu lidí a podle Mekong River Commission je pro většinu z nich řeka hlavním místem obchodu, což dokazuje tvrzení, že na tamních „pultech“ se každoročně prodá přes 2,5 milionu tun ryb (pro srovnání

¹²² PHOENGPHA, Sudthid. *Starosta obce* [Osobní rozhovor]. Ban Woen Buek, [cit. 2014-07-25]

¹²³ TOMIOKA Yutaka, *Japonský student lingvistiky na Nanyang Technological University, Singapore* [Osobní rozhovor], Ban Woen Buek, [cit. 2014-07-15]

zhruba dvojnásobek úlovku v Severním moři). Tato gigantická řeka je bezpochyby zdrojem vody a obživy pro miliony lidí počínaje Čínou, Myanmarem, Thajskem, Laosem, Kambodža a Vietnamem konče. Řeka je také proslulá svou biodiverzitou, na její deltě žije 2 500 druhů zvířat, 20 tis. typů rostlin a může se chlubit průtokem 15 000m³ za sekundu, což z ní dělá desátou nejvodnatější řeku na světě.¹²⁴

Sedmdesát členů rybářské skupin Woen Buek se každý den vydává několikrát denně na řeku lovit ryby tradičním způsobem. (V současnosti již používají lodě motorové kvůli usnadnění.). Ukázkou, jak rybařit s výkladem o řece a životě v ní je možné domluvit nejen s vedoucím skupiny panem Vanna PhoengPha, ale i ostatními členy. Na požádání je možné realizovat dva kilometry dlouhou vyjížďku k majestátnímu soutoku dvou řek (Mekong a Mun). Soutok je známý jako „Song Si“ – řeka dvou barev. V monzunovém období má každá z řek jinou barvu díky různým sedimentům v řece (Mun je zbarvený do tmavě modra, zatímco Mekong má barvu sytě červenou). Fotodokumentace ukázky rybaření viz Obr. 20.

Tradiční řemesla

Rozšířeným řemeslem je pletení bambusových produktů. Produkty slouží k uchovávání plodin, potravin, např. rýže. Většina takto vytvořených produktů slouží k dalšímu prodeji. Paní Sompone Khambuunleng turisty na požádání ráda naučí, jak takové košíky pletst a je možnost zde vytvořit jeden svůj vlastní, který si návštěvník odnese jako suvenýr. Další zážitkovou aktivitou, je možnost se skupinou tamních žen, absolvovat sběr plodin v okolních lesích. Procházka slouží nejen k prozkoumání terénu, ale místní ženy rády vysvětlí jak plodiny hledat, které jsou vhodné ke konzumaci a které ne. Následující činností může být tyto produkty zpracovat, vařit v původní venkovní kuchyni na dřevěných uhlících a připravit některý z tradičních pokrmů (viz Obr. 21).

¹²⁴ *Mekong River Commission: For Sustainable Development* [online]. 2014 [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://www.mrcmekong.org/>

Kaengtana National Park

Pro návštěvníky je tu možnost procházky do národního parku s jedinečnou florou. Pro náročnější, je připravena celodenní túra s místním průvodcem. Průvodce během túry podává výklad o lokální flóře, ukazuje vzácné druhy rostlin i zvířat a vysvětluje zákonitosti tamní přírody. Část stezky následuje státní hranici s Laosem a nabízí tak unikátní výhled do provincii Champasak v Laosu, kde se otevírá panoramatický pohled na tamní rýžová pole (viz Obr. 22).

Kaengtana National Park se rozkládá asi na 80 km² a nabízí další nepřehledné možnosti. Vzhledem k jeho rozloze, je vhodné přiblížit se na určitá místa automobilem a túru absolvovat tam. Další zajímavou atrakcí je nejdelší visutý most v celém severovýchodním regionu.¹²⁵ (viz Obr. 22). V národním parku lze také realizovat projížďku na koních, koně si návštěvník může za poplatek půjčit a majitelé vám poradí nejlepší trasy národním parkem vhodné k projížďce.

Sirinhorn Lake

Pouhou hodinu od obce je turistický komplex s rozlehlým jezerem Sirinhorn. O tom, že jezero patří mezi oblíbené místo k relaxaci, svědčí i fakt, že samotný král zde má letní sídlo. Na jezeře leží také série malých dřevěných domků na kůlech, jako pozůstatek rybářské osady, místo je zvané Pattaya Noi (viz Obr. 23).

Kuhar Sarwan Temple

V distriktním městě Khong Chiam se nachází buddhistický chrám s dominantní sochou Buddhy. Místo je navštěvované turisty nejen z náboženských důvodů, ale také jako místo klidu a odpočinku. K vidění je zde buddhistický chrám, dřevěná socha, 5 metrů vysoká socha slona a buddhistická věž, ze které je výhled na město a řeku (viz Obr. 24).

¹²⁵ LUEKENS David: *Travel Fish: Kaeng Tana National Park* [online]. 2015 [cit. 2016-04-29]. Dostupné z: <http://goo.gl/DxiiqH>

Festival svíček v Ubonu Ratchathani (Candle Festival)

V neposlední řadě, stojí za zmínku Candle Festival, což je Buddhistická ceremonie s unikátními slavnostními pochody. Festival každoročně roste na popularitě a stoupají i počty návštěvníků. Z této události může vesnice těžit, jelikož se lidé sjíždějí z daleka, aby se účastnili festivalu, stráví v provincii několik dní a současně mají možnost navštívit i další místa. (viz 0)

5.4 Odůvodnění projektu

Thajské království vykazuje vysokou míru nerovnoměrného rozdělení příjmů ve společnosti, na což poukazuje vysoká míra Giniho indexu (0,45) viz Obr. 1 **Chyba! Nena-
lezen zdroj odkazů.** Jižní oblasti jsou poměrně bohaté oproti chudému severu či severozápadu. Stejně tak je nerovnoměrné rozložení příjmů ve městech a v rurálních oblastech. Severovýchodní region je z pohledu ekonomického nejchudším regionem v Thajsku (viz Obr. 1 a Obr. 18). Z pohledu lidského rozvoje (HAI) je provincie Ubon Ratchathani na 58 příčce ze všech 76 provincií. Počet lidí trpících chudobou je v provincii 121 400.¹²⁶ (viz kapitola 3.4).

Odlehlá poloha obce a její špatná dopravní dostupnost způsobili, že si lidé zachovali tradiční způsob života, závislí na přírodě, místních řemeslech a místní moudrosti. Majoritní část mužů se živí rybolovem, který zajišťuje, jak stravu pro jejich rodiny, tak i finanční zisk z prodeje ryb. Rybolov a řeka Mekong jsou důležitou složkou jejich obživy i z důvodu, že hornatý terén není vhodný k expanzi zemědělství. Malá rýžová pole jsou situována v okolí obce, ale slouží pouze obživu, ne pro finanční zisk. Obyvatelé tedy netrpí hladem, ale vybavenost domácností či vzdělanost místních obyvatel nechává velký prostor pro expanzi (viz kapitola 3.4). Všechny tyto skutečnosti volají po rozvoji vesnic Woen Buek. Problémem je absence pracovních příležitostí, která neuspokojuje

¹²⁶ Hranice chudoby je charakterizována příjmem nižší než 1 061 THB/osobu/měsíc (cca \$ 1/osobu/den).

hlavně mladou generaci, ta je nucena se stěhovat do vyspělejších regionů za práci. Migrace mladých obyvatel způsobuje, že staří rodiče žijí osamoceně a tím se velmi zhoršuje kvalita jejich života. V obci je stále velmi silná komunita a komunitní život, jejich sounáležitost je typickým znakem vesnice (viz kapitola 3.4). Zavedením produktu cestovního ruchu se zvýší možnost finančních příjmů obyvatelstva s potenciálem rozvoje budoucích služeb pro návštěvníky. Hlavní výhodou je minimální zatížení místních obyvatel a vysoká udržitelnost projektu.

5.5 Cílové skupiny

Hlavní cílovou skupinou jsou členové skupiny Homestay, kteří získají provizi z poskytované služby ubytování v jejich domech. Ačkoli se může zdát, že zbytek obyvatel z přítomnosti turistů nemá žádný prospěch, zavedením fungující služby, která přiláká turisty, otevírá současně dveře pro rozvoj dalších, doplňkových služeb. Rozvojem turismu vzniká prostor pro doplňkové služby, či prodej produktů, které mohou ostatní členové jiných skupin poskytovat nebo prodávat návštěvníkům. V souladu s rozvojem CBT, skupina HS rozděluje část svého výnosu do komunitního fondu a tím přináší prostředky pro rozvoj komunity. Starosta Sudthid PhoenghPha spolu s komunitním výborem rozhodují o budoucím využití těchto zdrojů. Komunitní výbor smí obnos využít pouze pro účely komunity a pro obecní blaho. Skupina Homestay čítá osm členů a společně se činně podílí na aktivitách, fungování, rovnoměrné redistribuci úkolů i zisků uvnitř skupiny. Systém hostitelských rodin funguje na rotačním systému a návštěvník si tedy nemůže vybírat, u které rodiny může nocovat. Skupina funguje jako celek a společně se zavázala splácet dluh, který slouží na vybavení pokojů pro turisty.

5.6 Marketingové využití

Marketingové zacílení se velmi různí s ohledem na cílovou skupinu turistů, na kterou je projekt zaměřen. Charakteristika cílové skupiny je tedy velmi důležitá. Kapitola marketingového využití je vypracována pomocí konceptu Marketingového mixu, který rozebere konkrétní produkt, cenu, místo a způsob propagace, distribuci, partnerství, lidi v projektu a případné turistické balíčky.

5.6.1 Produkt (Product)

Základním produktem projektu je nabídka služby ubytování v rodinných domech obyvatel vesnice Woen Buek za úplatu. Produkt je jedinečný tím, že cestovateli umožňují přenocovat pod jednou střešou spolu s vlastníky nemovitosti. Cestovatel má možnost pozorovat denní zvyky či činnosti místních obyvatel a může proniknout či lépe porozumět místní kultuře. Návštěvník se stravuje spolu s hostitelskou rodinou a zakusí tak tradiční thajské pokrmy složené především z čerstvých ryb z řeky a rýže. Cestovatel pocítí vřelost a dobrosrdečnost místních obyvatel.

Pro každého návštěvníka, který se rozhodne přenocovat u hostitelské rodiny, je zajištěno srdečné přivítání, vlastní soukromý vybavený pokoj, tři pokrmy (oběd, večeři a snídani) a balenou vodu. Vybavení pokoje bude kromě úložného setu s moskytiérou obsahovat také manuál. Brožura obsahuje stručné informace o vesnici, Bru kultuře, historii plus mapu vesnice (viz Obr. 27), s vyznačenou základní školou, kde je možnost připojení k internetu. Příručka zahrnuje základní seznam pokrmů podávaných v hostitelské rodině, seznam činností, které může návštěvník vyzkoušet či navštívit plus turistické cíle v okolí. Všechny tyto informace budou vypsány v jazyce anglickém, thajském a Bru dialektu plus doplněné obrázky. Celý manuál bude zahrnovat také ceník a bude ukončen praktickým Thajsko-Anglickým slovníkem.

Doplňkové produkty představují rozšíření služeb pro návštěvníky obce, jsou zde možné projížďky po řece Mekong, túry místními pralesy spolu s průvodcem, učení místních řemesel (jako např. pletení bambusových košíků, příprava lokálních pokrmů tradičním způsobem, rybaření spolu s místními viz Obr. 21), zakoupení lokálních produktů (např. originální bio kokosovo-ananasové kuličky paní Mong Tufar) či dopravu do Khong Chiam a zpět. Všechny činnosti jsou komentované a zahrnují vzdělávání ohledně místní kultury, jak z historie, tak ze současnosti. Dále učení o místní fauně, floře, zvycích i ceremoniích. Předpokladem je, že za doplňkové služby bude návštěvníkům účtován extra poplatek a využití těchto služeb bude záležet na přání zákazníka.

Celkem čtyři domácnosti se budou participovat na projektu Homestay, v každém z nich je samostatný pokoj, který má kapacitu maximálně 5 osob. Toto množství však není

doporučené, z důvodu snížení kvality poskytované služby. Proto je navrženo, aby každá domácnost hostila maximálně 2-3 osoby ve stejný čas. Z toho vyplývá, že maximální ubytovací kapacita v komunitě na jednu noc je 8-12 osob. Při ročním souhrnu je kapacita příchozích kolem 3 000 - 4 000 osob ročně. Jelikož doposud cestovní ruch fungoval velmi zřídka, nepředpokládá se tak vysoký nárůst tohoto segmentu. Proto je v rozpočtové fázi počítáno s více realistikou návštěvností.

5.6.2 Cena (Price) produktu

Konečná spotřebitelská cena vychází ze dvou metod. Zhodnocením ceny založené na nákladech a ceně založené na konkurenci.

Výčet variabilních (provozních) nákladů se nachází v tabulce (viz Tab. 2), kde jsou vyhodnoceny jednicové náklady na osobu. Cena ubytování zahrnuje tři pokrmy, a to oběd, večeře a snídaně. V obci se sice nachází voda, kterou místní obyvatelé pijí, ale není dostupný chemický rozbor, proto je v balíčku zahrnuta balená voda. Do provozních nákladů je zahrnuta spotřeba vody, elektřiny či hygienických potřeb. Celkový součet nákladů na jednu osobu je tedy 187 THB. Fixní roční náklady (viz Tab. 4) obsahují mzdové náklady, náklady na propagaci, které ročně činí 13 377 THB. V konečné ceně 450 THB na osobu na noc jsou brány v potaz vstupní náklady (viz Tab. 4) a splácení půjčky od Thajského revolvingového fondu tak, aby splácení proběhlo v co nejkratším časovém horizontu.

Tab. 2 Variabilní náklady na 1 os./1 noc.

Variabilní náklady	THB	USD
Voda	5,0	0,1
Elektřina	7,5	0,2
Snídaně	42,9	1,2
Oběd	42,9	1,2
Večeře	42,9	1,2
Balená voda	35,4	1,0
Hygienické potřeby	10,5	0,3
Celkem	187,0	5,3

Zdroj: Vlastní zpracování dle TUFAR Somsamai, 2014

Cena stanovená na základě konkurence vychází z ceny Homestay v Thajsku, která se pohybuje v rozmezí 300 – 4 000 THB.¹²⁷ Tyto ceny však často obsahují doprovodné služby, které náš produkt nezahrnuje. V nedalekém Khong Chiemu je možnost ubytování formou hotelového, hostelového, resortního ubytování či v podobě Guesthousů. Přehled ceníku nejbližších ubytovacích možností, viz Tab. 3. Ceny jsou uvedeny bez stravy (či pouze se snídaní) a i tak přesahují cenu ubytování v Homestay, která je stanovena na 450 THB na noc.

Tab. 3 Ceník ubytování v okolí Ban Woen Buek

Název ubytování	THB	USD
Tohsang Khongjiam Resort	2 458	70
Sedhapura By Tohsang	13 377	381
Baansuanrimnam Resort	667	19
Khong Chiam Marina Resort	527	15
Araya Resort Hotel	1 000	28
Ban Kiang Nam Hotel	702	20
M Resort	386	11
Sibae Guesthouse	386	11

Zdroj: Vlastní zpracování dle BOOKING, 2016

5.6.3 Propagace (Promotion)

Propagace slouží mezi nejdůležitější nástroje zavádění nového produktu, v tomto případě služby cestovního ruchu. Jelikož se propagace různí dle cílové skupiny projektu, je třeba si segmentovat cílovou skupinu, viz následující.

Cílové skupiny návštěvníků

Cílové skupiny pro projekt Homestay jsou zvoleny na základě výsledků kapitol 4.3.1 a 4.3.2. Zde bylo zjištěno, který vzorek návštěvníků představuje nejvyšší potenciál pro projekt.

¹²⁷ SATARAT. *SUSTAINABLE MANAGEMENT OF COMMUNITY-BASED TOURISM IN THAILAND* [online]. 2010 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://goo.gl/yIFITn>. A Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy. School of Public Administration. Vedoucí práce Pairote Pathranarakul, Ph.D.

V rámci vyhodnocení je vycházeno z délky pobytu návštěvníků v Thajsku. Je brán předpoklad, že turisté ze vzdálených končin, nepojedou primárně do vesnice Woen Buek, ale její návštěvu zahrnou jako doplňkovou alternativu. Čím déle turisté zůstávají na území Thajska, tím větší je pravděpodobnost, že navštíví vzdálená území a tím i případně vesnici Woen Buek. V roce 2014 pobývali v království nejdéle lidé z Evropy (17,4 dne) a Ameriky (15,3 dne) viz Obr. 8. Dále je zhodnoceno jaké počty turistů z těchto dvou destinací dorazí v celkovém množství, Evropanů navštíví zemi přibližně pět krát více než obyvatel z Ameriky (viz příloha B, Tab. 8). A v neposlední řadě je posouzeno jaké příjmy generují (Východní Asie – 11,1 mil USD; Evropa – 10, 6 mil USD; Amerika – 2, 1 mil USD; viz Obr. 9).

Dalším důležitým parametrem pro vyhodnocení cílové skupiny jsou počty turistů, kteří navštíví provincii Ubon Ratchathani, viz Kapitola 4.3.2. Ti jsou bráni v potaz z důvodu snadné dojezdové vzdálenosti do obce. Z celkového množství pěti milionu turistů (přibližně 240 tis. ze zahraničí) v roce 2014, se rozhodl v provincii ubytovat pouhý milion, toho přibližně 61 tis. bylo návštěvníků z ciziny. Obr. 12 zobrazuje procentuální rozložení turistů dle regionu, ze kterého vyplývá, že nejvíce zde nocovali Evropané, dále Asiaté a Američané.

Vzhledem k tomu, že pro projekt není žádoucí zalistování do katalogů cestovních kanceláří v Evropě a Americe, kvůli případnému negativnímu vlivu masového turismu, nejsou turisté, kteří preferují tuto formu cestování zahrnuti do analýzy. Je tedy předpokládáno, že cílovou skupinu tvoří lidé cestující bez pomoci cestovní kanceláře.

Cestovatelům z Evropy i Ameriky může imponovat exotický, a velmi odlišný způsob života, který neklade důraz na materiální vybavenost, ale více na mezilidské vztahy (viz kapitola 3.4 HAI). Dalším předpokladem je, že turisté z Asie či Thajska rádi poznají původní Bru kulturu a rádi zakusí způsob života v jiném regionu.¹²⁸ Dále díky geogra-

¹²⁸ TOMIOKA Yutaka, *Japonský student lingvistiky na Nanyang Technological University, Singapore* [Osobní rozhovor], Ban Woen Buek, [cit. 2014-07-15]

fické blízkosti mohou cestovat po celý rok bez ohledu na monzunové období a vykompenzovat tak úbytek zahraničních turistů, kteří se této době pro cestování vyhýbají.

Marketingové nástroje propagace a distribuce informací

Na základě vytyčení cílové skupiny jako osob, cestujících bez cestovních agentur, pocházející převážně z Evropy, Ameriky a Asie jsou jako hlavní distribuční kanály zvoleny webové stránky a sekundárně pak informace podané prostřednictvím informačních center v Ubon Ratchathani a Khong Chiam. Cílová skupina bude mít zájem vyhledávat nevěšdní místa a chuť poznávat i respektovat kulturu původního Thajska. Většina těchto cestovatelů, kteří nemají opěrné body a organizaci zaštitěné cestovní agenturou, jsou odkázáni sami na sebe. Nejjednodušší formou, jak získat největší množství informací jsou webové stránky. Proto se i náš projekt zaměří na tento propagační nástroj primárně.

1. Online propagace na specializovaných webových stránkách

Pro většinu cestovatelů je klíčovou stránkou www.tripadvisor.com. Tripadvisor je užitečná aplikace pro všechny cestovatele a dle oficiálních stránek je největší cestovatelskou komunitou na světě s dosahem 340 milionů uživatelů měsíčně. V jejich nabídce je 6,5 milionu ubytovacích zařízení, restaurací a zajímavých míst. Cestovatelé na základě komentářů ostatních cestovatelů využívají ověřené služby.¹²⁹ Projekt zde bude zaregistrován s podrobným popisem.

V r. 2013 byla založena stránka spojující Homestay po celém světě (www.Homestay.com). V království má již zaregistrováno přes 500 Homestay služeb, avšak v provincii Ubon Ratchathani se nevyskytuje ani jedna online zaregistrovaná nabídka. Ceny se zde pohybují rámcově od 300 THB do 5 000 THB za noc.¹³⁰ Zde bude navázána spolupráce a vytvoří se profil vesnice za účelem přilákání turistů.

¹²⁹ *Trip Advisor: Fact Sheet* [online]. MA, 2016 [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.com/PressCenter-c4-Fact_Sheet.html

¹³⁰ *Homestay* [online]. Ireland, 2016 [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: <https://www.Homestay.com/>

Stránka zacílená pouze na ubytovací zařízení je www.booking.com, kde nabízení Homestay ještě není tak rozšířené, každopádně je to způsob, jak oslovit turisty z celého světa.

Dále bude zacíleno na stránky spojené s podobnými prioritami. Jednou z nich je např. www.mekongresponsibletourism.org, což je stránka, která se snaží sjednotit a podpořit všechny, kdo mají zájem o řeku Mekong a zodpovědné chování k přírodě. Nejen, že rozlišují pojmy jako cestovatel a turista, což je přesně v souladu s naší cílovou skupinou, ale dále nabízí a vytváří rady, v jakém státě co dělat, kde jíst a kde se ubytovat. Je to jakýsi elektronický průvodce pro ty, kteří chtějí zažít dovolenou jako naučnou a poznávací zkušenost, se zacílením na přírodu, kulturní dědictví a úspěšný udržitelný rozvoj a integritu komunit.¹³¹ Spolupráce s touto webovou stránkou je velmi podstatná.

Další podobnou je webová stránka sjednocující Community-based Tourism, tedy turismus založený na komunitě, který výhradně podporuje environmentální, sociální a kulturní udržitelnost v komunitách. Je to stránka vlastněná komunitou a určena komunitě a preferuje tradiční způsob života. Jejím cílem je naděje, že zvýší respekt k místní kultuře a životnímu prostředí a vytvoří symbiózu mezi návštěvníky a hostiteli. Žádná nabídka v provincii Ubon Ratchathani zde však doposud nebyla nalezena.¹³²

Oficiální stránkou, která se zabývá propagací, marketingem a rozvojem regionů a ještě funguje pod záštitou Thajského Ministerstva turismu a sportu je Amazing Thailand. Stránka mimo jiné nabízí přes 70 možností ubytování v Homestay, avšak ve zkoumané provincii opět žádné.¹³³ Z důvodu chybějící online konkurence Homestay v provincii Ubon Ratchathani, bude zalistování služby ve výše popsáných webech prospěšné pro propagaci projektu.

¹³¹ *Mekong Responsible Tourism* [online]. Thailand: Ministry of Tourism & Sports, 2016 [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://www.mekongresponsibletourism.org/>

¹³² *Community-based Tourism: Thailand Community-based Tourism Network Coordination Center* [online]. Thailand, 2016 [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: <http://cbtnetwork.org/>

¹³³ *Amazing Thailand: The Tourism Authority of Thailand (TAT)* [online]. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports, 2016 [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: <http://www.tourismthailand.org/About-Thailand/About-TAT>

2. Propagační letáky, prospekty

Propagační letáky je vhodné distribuovat do turistických center v provinčním městě Ubon Ratchathani a hlavním městě distriktu Khong Chiam, kvůli snadné dostupnosti. Dále do turistických center například NP Kaeng Tana a Pha Team. V roce 2013 navštívilo nedaleký národní park Kaeng Tana 27 000 turistů z toho 320 cizinců.¹³⁴ Pokud by vznikla spolupráce mezi tímto národním parkem a vesnicí, je zde velmi reálná šance oslovit tyto návštěvníky se zdárným dopadem na projekt.

3. Statické internetové stránky

Vlastní internetové stránky by měly být základem vlastní prezentace a vztahem k veřejnosti. Vzhledem k tomu, že ne všichni ve vesnici mají IT vzdělání, bude najata paní Sakaorat Raksa, učitelka místní školy, aby se o správu webových stránek starala. Jako první bude vytvořen statický web, který bude poskytovat základní informace o obci, kontaktní informace, způsob jak se do vesnice dostat a jaké aktivity jsou připravené spolu s možností se zde ubytovat. Jako motivace či vzor do budoucna, by bylo vhodné vytvořit stránky podobné těmto: www.thailandhilltribeholidays.com/Homestay, www.thailandHomestay.com.

Dalším pojátkem bude vlastní stránka na Facebooku. Kde paní Raksa bude moci sdílet různé aktivity či dění v obci jako jsou místní festivaly aj.

4. Thajský marketingový nástroj OTOP

Thajské království vychází vstříc malým komunitám a snaží se je podpořit všemi možnými způsoby (nabídkou půjček, odpouštěním daní či podporou jejich podnikání).¹³⁵

Jednou z forem je vytvoření marketingové podpory a odbytišť pro produkty i služby, která zaštiťuje celé Thajsko a dává možnost komunitám růst. OTOP (One Tambon One Produkt, neboli jeden region jeden produkt) podporuje komunity v každém regionu vy-

¹³⁴ KAENG TANA INFORMATION CENTRE, Amphur Khong Chiam, Ubon Ratchathani Province 34220, Tel: 045-442 002, 249 802

¹³⁵ Prof. Nirundon Tapachai, *hlavní školitel projektu SID* [osobní rozhovor]. Vesnice Woen Buek [cit. 2014-07-26].

tvářet a prodávat své produkty i služby. Registrace do sítě OTOP je zdarma, otevřená všem žadatelům jednou ročně.¹³⁶ Ne všechny produkty nebo služby jsou zalistovány do nabídky OTOP, avšak pokud produkt uspěje, je to zárukou kvality. Tyto produkty jsou pak veřejně nabízeny, prodávány v obchodech nesoucích název OTOP, a je podpořena distribuce těchto produktů.¹³⁷ Homestay projekt v Ban Woen Buek je jedinečný jeho lokalitou, Bru kulturou, blízkostí NP a možností služeb pro turisty.

5.6.4 Umístění produktu (Placement)

Služba Homestay je nepřenositelná a úzce se váže na místo a okolí realizace. Konkrétní směna bude probíhat ve vesnici Woen Buek, situované v Severovýchodním regionu, provincii Ubon Ratchathani. Nabídka této služby se koná prostřednictvím webových stránek, aby dosáhla na co možná nejvyšší počet potenciálních návštěvníků. Online propagace není vázána na konkrétní umístění, takže návštěvník může služby objednat z pracovní kanceláře či pohodlí svého domova. Důležitou součástí distribuční cesty je osobní prodej, neboli nabídka od pracovníků turistických center v okolí, jak regionálních měst, tak v turistických parcích v okolí. Zahájení jednání započne v přípravné fázi projektu.

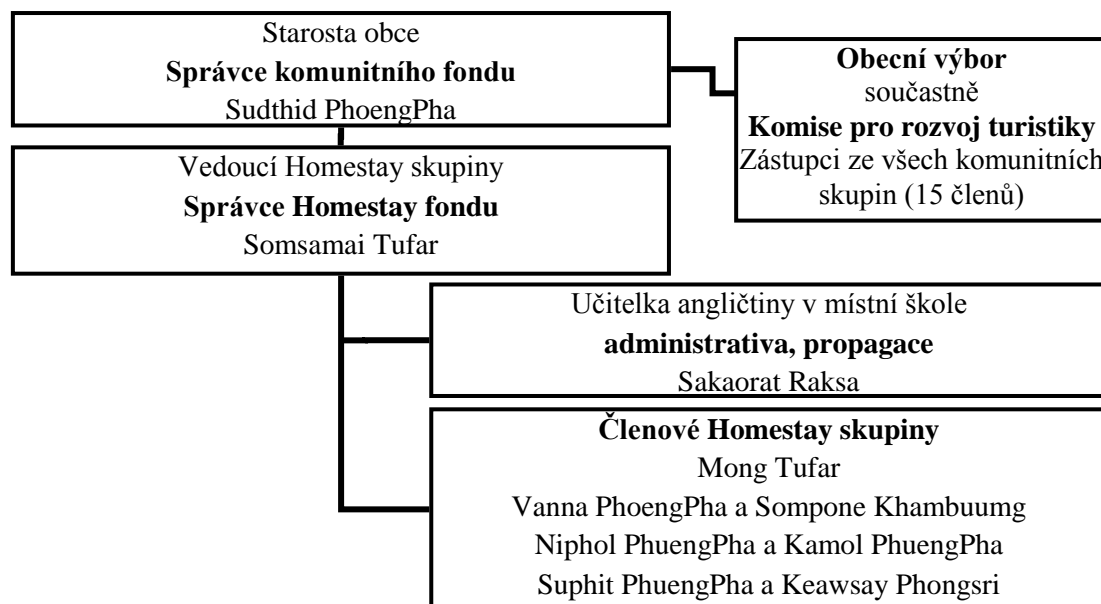
5.6.5 Lidé (People)

Lidé jsou základní faktor ovlivňující kvalitu služeb a úspěšnost projektu. Je třeba dbát na rozdělení rolí v projektu, popsat jejich povinnosti, zodpovědnost za konkrétní úkoly a také všechna tato sdělení řádně, trpělivě předat členům komunity. Výsledkem je zformování skupiny Homestay. Druhou složkou jsou lidé, na které bude zacílen marketing, tato skupina je popsána v kapitole viz 5.6.3 Cílové skupiny.

¹³⁶ Prof. Nirundon Tapachai, *hlavní školitel projektu SID* [osobní rozhovor]. Vesnice Woen Buek [cit. 2014-07-26].

¹³⁷ *ThaiWays: One Tambon One Product* [online]. 2002 [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: http://www.thaiwaysmagazine.com/thai_article/2014_one_tambon_one_product/one_tambon_one_product.htm

Zainteresované strany a účastníci byli informováni o úkolech v hierarchii a bylo nastíněno obsahové plnění těchto rolí. Cílem bylo vysvětlit místním aktérům klady i záporny rozvoje spojené s rozvojem cestovního ruchu v obci. Všichni zúčastnění souhlasili s plněním zadaných úkolů. Obr. 14 představuje grafické znázornění rozložení rolí v projektu. Dále je v kapitole popsáno schéma, jakým celá skupina funguje, jaké povinnosti budou mít jednotliví členové a jaká bude jejich funkce pro projekt.



Obr. 14 Rozložení rolí v projektu
Zdroj: Vlastní zpracování

Sudthid PhoengPha – Starosta obce

Hlavním úkolem starosty je dohlížet na fungování Komise pro rozvoj turistiky a současně Obecním výborem. Obecní výbor dohlíží na Komunitní fond a rozhoduje o rozdělení těchto financí v zájmu obecního blaha. Obecní výbor je dále pověřen hospodařit s Thajským revolvingovým fondem a rozhodovat, kterým z místních skupin úvěr přerozdělí. Dle pravidel Thajského revolvingového fondu, by obecní výbor neměl poskytnout částku větší než 50 000 THB čili cca \$ 1 500 (viz kapitola 4.4.1). Na základě rozhovoru se starostou, byla půjčka pro projekt HS přislíbena na základě dodání veškeré

dokumentace.¹³⁸ Starosta má tedy zásadní slovo ve výboru, avšak pro projekt HS plní spíše úlohu dozorčí.

Somsamai Tufar – vedoucí člen skupiny Homestay

Pan Tufar plní nejdůležitější roli ve skupině. Jelikož patří mezi velmi uznávané osoby a jeho znalosti přesahují znalosti ostatních členů skupiny, zasluhuje si v obci velký respekt. Pan Tufar oplývá přirozenou autoritou, vhodnou k úspěšnému předávání informací, motivováním ostatních členů a naplňování cílů Homestay. Jeho souhlas s vedením HS byl pro projekt klíčový. Pan Tufar oplývá rozsáhlými znalostmi, jak o Bru kultuře, o životu v řece Mekong, o Národním parku Kaeng Tana, jeho fauně i floře, tak dovednostmi organizačními.

Pan Tufar byl seznámen s fungováním CBT i HS a jejich hlavních principech. Zavázal se, že předá tyto zásady ostatním členům jak v obecním výboru, tak hlavně členům komunity prostřednictvím společných schůzek. Pan Tufar pochopil nutnost předávat místní kulturu návštěvníkům i snahu zachovat toto dědictví pro příští generace. Vedoucí člen je klíčový k zachování udržitelnosti projektu a jeho správnému fungování. Pan Tufar je dále odpovědný za monitorovací a evaluační zprávy, které budou zpočátku projektu předávány po každém 50. návštěvníkovi. Zpětná vazba od návštěvníků bude realizována formou osobního rozhovoru nebo zasláním formuláře na email. O zaslání budou klienti požádáni jak ústně, tak skrz manuál, který je součástí každé HS domácnosti. Pan Tufar, bude mít dále zodpovědnost za vytváření objednávek cestovatelů i spravedlivé rozmístění těchto osob do HS domácností. Vedoucí člen může určité povinnosti delegovat ostatním členům.

Sakaorat Raksa – administrativa, propagace

Paní Raksa je druhou klíčovou osobou celého projektu díky její znalosti angličtiny a IT. Na základě těchto dovedností přislíbila paní Raksa založení a správu webových stránek. Dále pak přijímání online rezervací i telefonů v angličtině a předáváním těchto informa-

¹³⁸ PHOENGPHA, Sudthid. Starosta obce [osobní rozhovor], Ban Woen Buek, [cit. 2014-07-26]

cí panu Tufar, který redistribuuje tyto informace členům HS. Paní Raksa dále plní jakýsi informační a překladatelský kanál, mezi autorem projektu a vedoucím skupiny HS. Paní Raksa je dále odpovědná za překlad evaluačních a monitorovacích zpráv, které vyhotoví pan Tufar. Současně započne zaučování vedoucího člena do IT znalostí a práce s emailem. Paní Raksa, je jediným členem skupiny, kterému je přislíbena pravidelná mzda.

Před finálním zahájením projektu je naplánován videohovor s paní Raksa, ve kterém je třeba projít všechny zmiňované kroky a následně je předat skupině HS.

Členové skupiny Homestay

Všichni členové HS skupiny jsou ochotni se scházet na pravidelných schůzkách týkajících se provozních otázek HS organizovaných vedoucím členem skupiny. Každý z členů zde může vznést otázky, poznámky či žádosti týkající se HS. Členové skupiny si vzájemně vypomáhají, pokud budou mít návštěvníci zájem např. o túru v národním parku, mají možnost se vzájemně domluvit na realizaci této aktivity. Členové mají za úkol předávat místní znalosti a informovat cestovatele o místní kultuře v co největší míře.

5.6.6 Partnerství (Partnership)

Partnerství je podstatnou součástí rozvoje cestovního ruchu. Partnerskými organizacemi pro projekt jsou taková sdružení, která mají stejný cíl a stejné způsoby rozvoje oblastí. Mezi přední patří Mekong Responsible Tourism, Community-based Tourism, Amazing Thailand a Kasersat University, která mají celonárodní charakter. Dále pak lokální partnerství s Turistickým centrem v Ubon Ratchathani, Národním parkem Kaeng Tana a Pha Taeam a v neposlední řadě s Kanceláří cestovního ruchu v Khong Chiam.

5.6.7 Balíčkování (Packaging)

S tvorbou turistických balíčků za účelem zvýšení atraktivity služby je počítáno až na základě reálného poznání struktury příjíždějících a poptávky po službách. Dosud jsou vytvořeny doprovodné aktivity jako alternativy trávení volného času a důvodu navštívit obec. Jejich volba je ponechána čistě na návštěvníkově výběru (volba doplňkových aktivit viz kapitola 5.3.2). Na základě četnosti výběru rozšířených aktivit

(jsou obsahem monitorovacích zpráv) budou vytvořeny turistické balíčky. Toto bude vyhotoveno po přenocování dvoustého zákazníka a zpráva bude předána vedoucím členem panem Somsamai.

Už nyní je zřejmé, že balíčky budou poskládány z ubytování, stravy a souboru volnočasových aktivit, které návštěvníka přiblíží místní kultuře a zvykům.

5.7 Harmonogram projektu

Doba trvání přípravné fáze projektu je deset měsíců. První tři měsíce jsou soustředěny na seznámení s místní kulturou z dostupných zdrojů před samotným terénním šetřením ve vesnici Woen Buek. Terénní šetření je provedeno 14.6. -14. 7. 2014, dohled je proveden školitel prof. Nirundon Tapachai z Kasersat University, Bangkok. Výzkum obsahuje, terénní šetření, studium lokálních podmínek, diskuze s místními obyvateli, starostou obce (Sudthid PhoengPha), výborem obce, členy Homestay skupiny (viz Obr. 14), dále s úředníky z kanceláře cestovního ruchu Khong Chiam (Junjeera Sangwongkit). V rámci pobytu v Thajském království je diskutováno nad tématem a zavedení projektu, vytyčení cílů, zformování lidských zdrojů a předání dostatku informací o systému CBT a HS. Zainteresovaní členové jsou obeznámeni s klady i zápory cestovního ruchu ve vesnici i s důvody, proč je důležité předávat informace o kultuře návštěvníkům. Závěrem přípravné fáze, která je provedena po odjezdu ze zkoumané vesnice, je vyhotovena projektová dokumentace jejíž obsahem je i Ganttův graf (viz Obr. 15).

Realizační fáze je započata zformováním HS skupiny a jejich členů včetně vedoucí osoby (Somsamai Tufar). Fáze pokračuje nákupem materiálu a dovybavením domácností tak, aby splňovaly standardy Homestay (viz Tab. 1). Součástí vybavení je i manuál pro návštěvníky, který je nezbytný k porozumění místních zvyků a snižování nedorozumění mezi návštěvníky a hostiteli. Významnou složkou je diskuze s partnerskými organizacemi a dohodnutím podmínek partnerství. Následuje realizace webových stránek a participace na webových portálech podporující CBT či HS, čímž započte propagace a oslovení široké veřejnosti.

Aktivity	2014					2016											2017 - 2026						
	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	
Přípravná fáze	Studium Thajské kultury, seznámení s lokální kulturou	■	■	■																			
	Hledání potřeb obyvatel Ban Woen Buek, pozorování a studium Bru kultury				■	■																	
	Stanovení cílů projektu				■	■																	
	Diskuze o projektu s obyvateli vesnice				■	■																	
	Specifikace lidských zdrojů projektu, setkání a diskuze na téma CBT a HS s obyvateli vesnice				■	■																	
	Zhotovení projektové dokumentace						■	■	■	■	■												
Realizační fáze	Uskupení HS skupiny a vedoucího člena				■																		
	Nákup materiálu, dovybavení domácností										■	■	■										
	Zahájení jednání o partnerství										■	■	■										
	Zavedení Homestay standardů, popis pravidel a chování										■	■	■										
	Vytvoření manuálu a následný tisk										■	■	■										
	Tvorba online propagace, tisk letáků a jejich distribuce										■	■	■	■									
	Zahájení projektu, propagace														■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Zaškolení členů HS														■	■	■	■	■	■	■	■	■
Finální	Monitoring														■	■	■	■	■	■	■	■	
	Evaluace																	■	■	■	■	■	

Obr. 15 Ganttův graf

Zdroj: Vlastní zpracování

Finální část se soustřeďuje na monitoring a evaluaci. V rámci finální fáze paní Raksa předá průběžné zprávy o aktuálním chodu projektu, jeho přínosech či nedostatcích. První zpráva je datována k návštěvě padesátého ubytovaného cestovatele v obci. Proces monitoringu započne v momentě zahájení projektu.

5.8 Ekonomické vyhodnocení projektu

Kapitola finančního vyhodnocení projektu obsahuje součet nákladů, predikci výnosů sestavení cash flow a přerozdělení zisků. V kapitole jsou shromážděné všechny nutné náklady spojené s úspěšnou realizací projektu (fixní, variabilní i kapitálové výdaje). Výnosy jsou vytvořené ve třech verzích na základě odhadovaného počtu přijíždějících – optimistický model, realistický model a pesimistický model. Následně je popsána redistribuce výnosů v rámci komunity.

5.8.1 Náklady projektu

Kapitálové výdaje potřebné k úspěšnému zavedení projektu se týkají převážně dovybavení domácností tak, aby splňovaly Thajské standardy Homestay (viz Tab. 1). Domácnosti budou vybaveny novými postelemi, matracemi i ložními sety. Nezbytnou součástí jsou moskytiéry a hygienické potřeby pro návštěvníky. Dále bude umístěna do každé zúčastněné rodiny také taška první pomoci. Propagační materiály budou vyhotoveny a distribuovány do turistických a informačních center v blízkém okolí. Souhrn vstupních nákladů viz Tab. 4.

Tab. 4 Vstupní a fixní roční náklady skupiny Homestay.

Vstupní náklady	THB	USD
Propagační materiály	6 000	170,9
Manuál	400	11,4
Manželská postel	18 000	512,7
Matrace	4 000	113,9
Polštáře	1 600	45,6
Přikrývky	5 600	159,5
Moskytiéry	2 800	79,7
Hygienické potřeby	1 200	34,2
Taška první pomoci	1 400	39,9
Celkem	41 000	1 167,8
Fixní náklady	THB	USD
Mzdové náklady	9 600	273,4
Propagace	4 200	119,6
Celkem	13 800	393,1

Zdroj: Vlastní zpracování dle TUFAR Somsamai, 2014

Fixní náklady počítají s cenou provozu webových stránek a mzdovými náklady pro paní Sakaorat Raksa, která má na starosti jejich chod a případné aktualizace (viz Tab. 4).

Variabilní náklady (viz Tab. 2) vychází z nákladů na jednoho návštěvníka, které zahrnují stravu včetně balené vody, hygienické potřeby a spotřebu energií.

5.8.2 Ekonomické zhodnocení investice

Ekonomické zhodnocení investice je provedeno pomocí metody cash flow neboli peněžního toku. Ta zobrazuje rozdíl výnosů a nákladů v časovém horizontu deseti let. Cash flow je vyhotoven ve třech různých modelech, které se liší očekávaným počtem příjzdějících, kteří využijí službu Homestay ve vesnici Woen Buek. Množství příchozích vychází z aktuálního počtu cestovatelů a všechny modely počítají s lineárním růstem návštěvnosti o 10 % každý rok.

Tab. 5 Souhrn ekonomických ukazatelů

	Čistá současná hodnota		Dynamická doba návratnosti	Index ziskovosti	Vnitřní výnosové procento	Návratnost investice	
	THB	USD				2017	2026
Optimistický model	1 207 377	34 388	0,51	29,4	209%	2,95	8,32
Realistický model	896 784	25 542	0,76	21,9	145%	1,85	5,73
Pesimistický model	443 131	12 621	1,47	10,8	82%	0,76	3,14

Zdroj: Vlastní zpracování

Diskontovaná sazba Thajské centrální banky je 1,5 %¹³⁹. Čistá současná hodnota činí v optimistickém modelu 1 207 tis. THB, v realistickém 897 tis. THB a pesimistické 443 tis. THB. Doba návratnosti je ve variantě optimistické i realistické v prvním roce provozu a v pesimistické druhým rokem. Index ziskovosti je ve všech variantách vyšší než 1, což je vyjádřením relativního obohacení společnosti. Vnitřní výnosové procento je ve všech modelech vyšší než diskontní sazba a proto je projekt přijatelný (viz Tab. 5). Návratnost vložené investice se liší v čase, v pesimistickém motelu projekt z každé 1 vložené jednotky generuje 0,7 jednotky další v prvním roce a v posledním 3,14 jed-

¹³⁹ k 29. 4. 2015; *Central Bank Rates: Worldwide Central Bank Rates* [online]. 2016 [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://www.cbrates.com/>

notky. V optimistickém modelu z každé vložené jednotky projekt vytváří 2,95 jednotky další v prvním roce realizace a v roce 2026 už je to 8,32 jednotky další. Úplné cash flow je obsahem přílohy A.

5.8.3 Redistribuce zisku

Odpovědnost za splacení půjčky nese celá skupina Homestay včetně rizik, která s sebou přináší. Proto je ustanoveno, že skupina Homestay ročně odvádí 25 % z CF do společného Homestay fondu, ze kterého je v plné výši splácen úvěr (41 tis. THB) od Thajského revolvingového fondu. Po splacení této půjčky, jsou peníze nadále odkládány a slouží pro potřeby Homestay skupiny. Peněžní prostředky mohou být použity na posílení propagace Homestay služby, na školení pro členy skupiny (jazykové, IT), na obnovu a zlepšení vybavenosti domácností, na speciální odměny za správu webových stránek pro paní Sakaorat Raksa či jako úspory na mimořádné výdaje.

Z cash flow je dále odkládáno 20 % do komunitního fondu spravovaného starostou obce a obecním výborem. Komunitní výbor je povinen s touto částkou hospodařit pouze v zájmu obecního blaha. Finanční zdroje mohou být využity na rozvoj obce, podporu turismu, na mimořádné výdaje a pro zlepšení socioekonomické situace obce.

Zůstatek finančních zdrojů, který se rovná 55 % náleží domácnostem, ve kterých jsou hosté ubytováni a slouží jim jako sekundární zdroj příjmů. V obci je zaveden rotační systém, který zaručuje spravedlivé rozdělení těchto příjmů, tak aby bylo zaručeno rovné rozložení návštěvníků ve všech domácnostech. Návštěvník si tedy nemůže vybírat, u které rodiny přenocuje. Dozor nad spravedlivým rozmístěním turistů vykonává vedoucí člen HS skupiny pan Somsamai Tufar. Tato částka je proměnlivá v čase.

Optimistický model

Optimistický scénář vychází z 360 ubytovaných v prvním roce provozu. Do komunitního fondu je přerozděleno v součtu činí 274 tis. THB. Současně je z CF nashromážděno do HS fondu 302 tis. THB, i po splacení úvěru v druhém roce provozu. V prvním roce realizace je zúčastněným rodinám přerozděleno částka 44,5 tis. THB, kumulativně za celé sledované období pro přímou podporu rodin putuje 754 tis. THB. Částka, kterou

domácnost obdrží z ubytování jednoho hosta je v každém roce provozu proměnlivá. V prvním roce provozu odpovídá 124 THB a např. v posledním 136 THB z každého ubytovaného hosta.

Tento model již v prvním roce fungování vygeneruje osobě spravující domácnost 23 % jejího průměrného příjmu (průměrný roční příjem na jednu osobu 48 tis. THB). S rostoucím počtem turistů se příjem v posledním roce se zvýší příjem o 60 % jejího průměrného příjmu. Redistribuce zisků a očekávané příjmy domácnostem viz Tab. 6.

Realistický model

Realistický scénář návštěvnosti vychází první rok s ubytováním 260 osob ročně. Za těchto podmínek je do komunitního fondu přerozděleno 190 tis. THB. Úvěr je splacen ve třetím roce provozu a po úhradě úvěru je ve fondu nashromážděno 197 tis. THB. Všechny domácnosti zapojené do HS skupiny nashromáždí celkem 523 tis. THB. Což v prvním roce znamená 115 THB pro domácnost z každého zúčastněného hosta a v posledním sledovaném roce 132 THB.

V roce 2017 realistický model přináší osobě spravované domácnost 16 % jejího průměrného výdělku a s rostoucím počtem turistů v roce 2026 celých 42 % průměrného ročního výdělku.

Pesimistický model

V posledním realizovaném modelu je výchozí stav 160 ubytovaných návštěvníků za rok. Za těchto podmínek komunitní fond nahromadí 106 tis. THB. A dluh VFR bude umořen pátý rok provozu. Po splacení dlužné sumy do fondu putuje 92 tis. THB a rodiny dosáhnou výnosu z 293 tis. THB. V prvním sledovaném roce je částka sloužící jako zdroj příjmu zúčastněným rodinám je ve výši 97 THB a v posledním sledovaném roce 125 THB.

V tomto modelovém scénáři je příjem pro osobu, která spravuje domácnost příjem 8 % oproti jejímu průměrnému výdělku v prvním roce realizace. Ve finálním roce realizace sekundární příjem tvoří 24 % jejího průměrného výdělku.

Shrnutí

V prvním roce realizace je ve všech sledovaných modelech zvýšen sekundární příjem osob nabízejících ubytování o 8 % – 23 % z jejich průměrného ročního výdělku. Po desetiletém provozu tvoří jejich sekundární příjem z realizace Homestay 24 % - 60 %.

Dluh je splácen z Homestay fondu a k jeho splacení dojde v druhém až pátém roce nabídky Homestay na trhu. Doba úhrady dluhu je závislá na počtu návštěvníků ročně. Podstatné je, že ani v pesimistickém modelu se místní obyvatelé nemusí bát zadlužení či nesplacení půjčky, již první rok je projekt ziskový.

Suma, se kterou provoz Homestay obohatí komunitní fond a tím i celou komunitu disponuje na konci sledovaného období (2026) částkou, která se pohybuje od 106 535 – 274 205 THB. Obnos, který nashromáždí skupina HS do svého fondu po splacení úvěru je v rozmezí od 92 169 – 301 756 THB.

Tab. 6 Konečný stav komunitního a HS fondu včetně očekávaného zlepšení ekonomického stavu členů skupiny

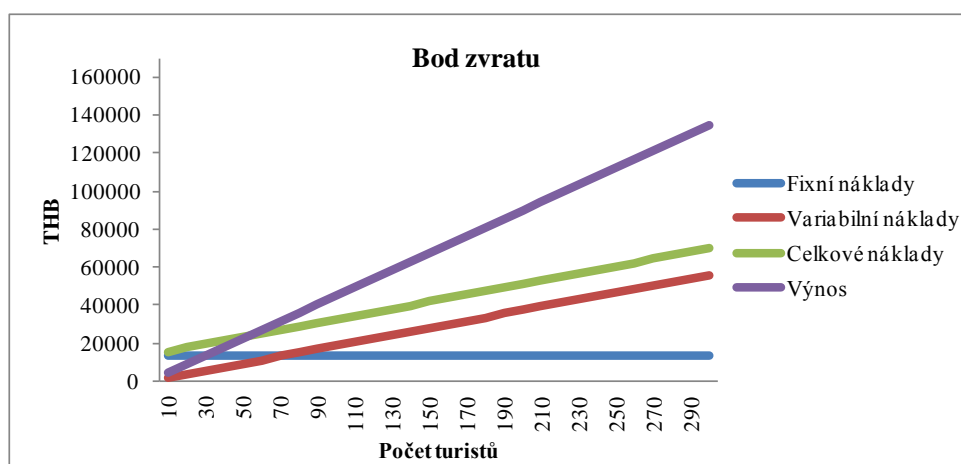
	Komunitní fond		Homestay fond		Očekávané navýšení příjmu domácností	
	THB	USD	THB	USD	2017	2026
Optimistický	274 205	7 810	301 756	7 810	23%	60%
Realistický	190 370	5 422	196 963	5 610	16%	42%
Pesimistický	106 535	3 034	92 169	2 625	8%	24%

Zdroj: Vlastní zpracování

5.8.4 Analýza bodu zvratu

Analýza bodu zvratu udává minimální počet ubytovaných hostů, při kterých výnosy z poskytování služby, začnou pokrývat fixní i variabilní náklady. Fixních náklady viz Tab. 4 a variabilní náklady viz Tab. 2. Výnosy jsou počítány při fixní ceně 450 THB za ubytování a stravu v hostitelských domácnostech.

Bod zvratu nastává ubytováním třicátého-devátého hosta, ve finančním vyjádření přibližně 17,5 tis. THB. Pro jednodušší orientaci je bod zvratu graficky vyjádřen v Obr. 16.



Obr. 16 Bod zvratu
Zdroj: Vlastní zpracování

5.9 Identifikace rizik

Identifikace rizik se zabývá popsáním hlavních rizik projektu, jejich pochopením a popsáním důvodů proč je nutno se jimi zabývat. Na základě identifikace možného rizika jsou následně popsány vhodná opatření, která rizikům předchází.

Neodpovídající propagace

Projekt Homestay stojí na přílivu turistů do obce Woen Buek. Ačkoli veškeré predikce (viz kapitola 4.3.3) dokazují rostoucí trend v tomto sektoru, je zde i tak reálná hrozba malého množství přijíždějících turistů do obce. Hlavním faktorem ovlivňujícím návštěvnost je propagace projektu. Jakmile nebudou zvoleny vhodné cesty k oslovení klientů, projekt může selhat. Aby se předešlo této hrozbě, je marketing postaven na základě cílové skupiny klientů, cílů projektu a současnému trendu propagace. Současný trend dává důraz na online propagaci, pomocí specializovaných webových stránek.

Nízké ubytovací standardy

Faktem je, že ubytovací standardy v obci se zdají být velmi chudé pro všechny turisty pocházející ze zahraničí. Projekt Homestay přetváří tuto slabou stránku v silnou, tvrzením, že pokud chce návštěvník opravdu poznat místní kulturu, způsob života, kterým žijí po generace, je vhodné se participovat na komunitním dění včetně soužití s místní rodinou v jejich přirozeném prostředí. Málo kde má návštěvník možnost vstoupit do osobní zóny obyvatel, sdílet jejich způsob života, sledovat jakým stylem žijí a ještě

se cítit vítaně. Jejich život je založený na přírodních zdrojích, výrobě bez mechanizace, bez služeb, které opatří všechno, v jakýkoli čas včetně dodávky až do domu. Pokud se místní obyvatelé snaží opatřit stravu, vydají se místo do supermarketu ulovit rybu v řece Mekong. Nedisponují většinou elektrických zařízení (která mají běžně dostupné rozvinuté části planety), jež usnadňují většinu běžných činností a volný čas netráví ani u televize ani na internetu a přesto všechno jsou šťastní s tím, co jim příroda nabízí. Tyto skutečnosti by měly být hlavním lákadlem pro přicházející turisty.

HS standardy pro ubytování vyzdvihují hlavně čistotu a pořádek v domě, stejně jako požadavky projektu Homestay v Ban Woen Buek. Do budoucna je počítáno se zlepšením nabízených podmínek avšak pouze do míry, která nebude narušovat originální kouzlo lokálního ubytování.

Narušení autentičnosti prostředí

Hlavní předností projektu je jeho autenticita, místní lidé žijící původním způsobem života a atmosféra, kterou oplývá celá vesnice. Hrozbu pro projekt představuje rozmach turismu a zničení originality lokálního prostředí. Pokud rozvoj komunity probíhá příliš rychle, spolu s ním roste i rozšiřování turistických služeb. Tento rozmach způsobuje vyšší než plánované příjmy a tím i logickou poptávku místních obyvatel po materiálních věcech, o kterých doposud nemysleli, že je potřebují. Tím je narušena autentická atmosféra, která představuje hlavní turistický poutač.

Tomuto jevu je možné předejít nastavením kapacitního limitu. Ten umožní poskytnout službu jen jistému množství osob ročně. Toto opatření mimo jiné pomůže v propagaci služby, jelikož vznikne poptávka po vzácném statku a jeho určité exkluzivitě. Počet bytovaných by nemělo přesáhnout 850 osob ročně.

Nestabilní finanční příjem

Nejsilnější turistická sezóna pro provincii Ubon Ratchathani je pro zahraniční turisty první čtvrtletí roku (leden – březen), zatímco pro thajské příchozí čtvrté čtvrtletí (říjen – prosinec, viz Obr. 11). Je tedy zřejmé, že rozložení návštěvnosti je nekonstantní a to tvoří velké výkyvy v příjmech místních obyvatel. Průměrný roční plat obyvatel vesnice je 48 000 THB, každý sekundární příjem je pro ně tedy důležitý. V tomto kontextu

je vhodné připomenout, že projekt tvoří pouze sekundární příjmy, tudíž místní obyvatelé pokračují ve svých dosavadních činnostech a nejsou přímo ovlivněni návštěvníky. Veškerý zisk je přidanou hodnotou a zlepšením dosavadních socioekonomických podmínek.

Kulturní nedorozumění

Hlavní cílovou skupinou návštěvníků pro projekt jsou zahraniční turisté především z Evropy, Ameriky a Asie. Především pro kontinentální cestovatele, kteří nejsou znalí místních zvyklostí, mohou snadno znamenat tzv. faux-pas. Obě zúčastněné strany jsou tedy informovány a pobízeny ke vzájemnému porozumění. Na jedné straně místní obyvatelé, kteří budou tolerovat lehké prohřešky z důvodu jejich neznalosti a na straně druhé cizinci, kteří se budou ochotně učit a respektovat místní kulturu a zvyky.

Především těchto kulturních nedorozumění je pro návštěvníky HS vytvořena brožura obsahující nejen informace o obci a možnostech kulturního i turistického vyžití, ale také soupiska základních kulturních a společenských pravidel.

Lidský faktor

Lidský faktor a rozložení rolí je jedním z klíčových faktorů úspěchu projektu. Pokud kvalita poskytované služby nekoreluje s cíli projektu a zákaznickým očekáváním, vznikne možnost, že projekt neuspěje. Proto bylo zacíleno na důkladné a trpělivé předání know-how o fungování projektu, o jeho kladech i záporech, o úspěšné realizaci jinde v Thajsku. Setkání probíhala ve vesnici Woen Buek a speciální část dialogů proběhla samostatně s vedoucím členem HS (Somsamai Tufar). Jeho vedení a organizační schopnosti jsou pro projekt nezbytné. Pan Somsamai projevil nadšení z projektu a zavázal se k plnění cílů a naplnění realizace. Aby eliminoval rizika bude pan Somsamai intenzivně vtahovat do děje všechny členy skupiny a zvýšit tak jejich zainteresovanost.

Environmentální riziko

Rizikem, které negativním způsobem ovlivní environmentální stránku, je možnost zvýšení produkce odpadu v obci. Abychom toto riziko snížili, vznikne pravděpodobně mimořádný náklad na odstranění odpadků (hrazený buď z komunitního či HS fondu).

Z jiných ohledů je projekt šetrný k životnímu prostředí, jelikož jeho fungování vychází z místních zdrojů a nemělo by vzniknout další ohrožení.

5.9.1 SWOT analýza

V rámci identifikace rizik je vhodné zhodnotit vnitřní, vnější, silné a slabé stránky projektu. Pro toto zhodnocení je použita metoda SWOT.

Tab. 7 SWOT Analýza

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absence ubytování v okolí ve stejné kategorii • Silné genius loci vesnice a využití potenciálu vesnice • Možnost autentického přenocování v rodině hostitelů • Netknutá příroda v okolí vesnice, důraz na tradice a řemeslnou výrobu • Silná chuť místních obyvatel realizovat projekt • Udržitelné náklady a provoz 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geografická vzdálenost od hlavních turistických cílů v Thajsku • Špatná dopravní dostupnost • Absence celkové turistické infrastruktury • Slabá kooperace mezi Khong Chiam a Woen Buek • Nízký standard ubytování • Nový turistický produkt v obci
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vládní podpora prostřednictvím Thajského revolvingového fondu • Blízkost turistických cílů v okolí • Vřelý a osobní servis od místních obyvatel • Rozšiřování portfolia pro návštěvníky, tvorba turistických balíčků • Zvýšení kooperace mezi členy partnerství 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nezájem turistů cestovat do odlehlých končin • Masová turistika => zničení původního způsobu života • Přijíždění turistů, kteří nebudou respektovat místní kulturu • Nezkušené vedení HS skupiny • Podcenění vzdělání členů komunity • Neúčinná/slabá propagace • Monzunové období

Zdroj: Vlastní zpracování

5.10 Udržitelnost projektu

Projekt je hodnocený jako udržitelný z následujících argumentů. Klade důraz na identifikaci rizik a jejich předcházení. Zaměřuje se na lidský faktor, předání informací nutných k úspěšné realizaci. Místní obyvatelé v obci byli informováni o pravidlech, standardech, fungování Homestay i jeho cílech. Vzhledem k ohleduplnému vztahu k přírodě, které vychází ze základního vychování místních občanů, se projekt stává šetrným k životnímu prostředí. Vedoucí člen skupiny je organizačně schopný a jeho přírozená autorita dokáže vést skupinu HS k odpovědnému přístupu a úspěšnému fungování.

Thajsko jako cílová destinace roste na popularitě a predikce ukazují stále vyšší počty příchozích cestovatelů. Projekt HS má proto vysokou možnost oslovit tyto příchozí turisty vhodnou volbou relevantních partnerských organizací a cílenou propagací. Projekt byl navržen tak, aby co nejméně finančně zatěžoval místní obyvatele. Z ekonomického zhodnocení vyplývá, že příjem bude rodinám vyplácen už v prvním roce realizace a úvěr od VRF bude splacen maximálně do 5 let fungování projektu.

6 Závěr

Cílem diplomové práce bylo zhodnotit, zda implementace projektu Homestay zlepšuje ekonomickou situaci obyvatel vesnice Woen Buek, čímž podporuje lidský rozvoj a životní podmínky v obci. Ve vesnici žijí lidé stále původním způsobem života, majoritní část populace se živí převážně rybolovem a využíváním přírodních zdrojů. Projekt se tedy snaží zachovat tento tradiční ráz a co nejméně zasahovat do chodu komunity.

Na základě správného vymezení způsobu rozvoje byla nejprve popsána základní východiska práce, která obsahují popis rozvojové situace, potenciálu turistického ruchu, formu rozvoje rurálních oblastí zvanou Community-based tourism (CBT). Vzhledem k tomu, že v severovýchodním regionu žije největší podíl osob postižených chudobou, byl projekt aplikován právě zde. Uvnitř tohoto regionu se nachází provincie Ubon Ratchathani, jejíž socioekonomická situace je identifikována prostřednictvím indexu Human Achievement Index (HAI). HAI je první lidský rozvojový index na provinční úrovni, který poskytuje celkové posouzení situace lidského rozvoje. Je poskládán celkem z osmi indexů, založených na 40 různých indikátorech. Výsledky identifikace HAI ukázaly, že provincie je osmnáctou nejhůře hodnocenou provincií z celého Thajska (z celkových 76 provincií). Úroveň bydlení a živobytí spolu se vzděláním jsou hodnoceny nejkritičtěji. Naopak dobře si provincie vede z pohledu rodinného a komunitního života. Kvalitní komunitní život je využit jako základ pro podporu turistického ruchu.

Zhodnocením zdali je turismus opravdu vhodnou formou podpory, byla posouzena struktura příjíždějících do Thajska i do provincie Ubon Ratchathani. Návštěvníci byli rozděleni dle regionů, odkud pochází, jak dlouho v království zůstávají a jaké finanční prostředky průměrně utratí. Na základě těchto výsledků byla sestavena cílová skupina pro projekt, kterou tvoří převážně návštěvníci z Evropy, jelikož v Thajsku zůstávají průměrně nejdéle (17,4 dne) a mají tak možnost cestovat do vzdálených oblastí i čas hledat poznání v komunitách.

CBT je vhodnou platformou pro rozvoj rurálních oblastí v Thajsku. Tato platforma koreluje s filozofií královy soběstačné ekonomiky, která zastává zásady umírněnosti, sel-

ského rozumu a odolnosti. Nosným pilířem CBT je možnost nabídky produktu Homestay (HS), jehož podstatou je ubytování přímo v komunitě.

Jedním z primárních hledisek bylo posoudit ekonomické zhodnocení projektu. Na základě hlavních finančních metod bylo zjištěno, že projekt vykazuje rychlou dobu návratnosti i ziskovosti a je tedy vhodné ho realizovat. Jelikož CBT funguje na základech podpory celé komunity, je přerozděleno 20 % ze zisku do komunitního fondu a 25 % do fondu HS skupiny. Částka, kterou provoz Homestay obohatí komunitní fond a tím i celou komunitu, disponuje na konci sledovaného období (2026) sumou, která se pohybuje od 106 535 – 274 205 THB dle návštěvnosti. Obnos, který nashromáždí skupina HS do svého fondu po splacení úvěru je v rozmezí od 92 169 – 301 756 THB. Ekonomické zhodnocení dále ukázalo, že sekundární příjem v prvním roce provozu vygeneruje vlastníkovi nemovitosti 8% - 23 % jeho průměrného příjmu a v posledním roce realizace 24 % - 60 % příjmů. Realizovatelnost projektu podporuje jeho finanční nenáročnost a rychlé splacení úvěru, maximálně do 5 let fungování v pesimistickém modelu. Zavedení Homestay je stavebním kamenem pro tvorbu dalších doplňkových služeb a aktivit pro návštěvníky obce, čímž se zvýší příjem ostatních obyvatel vesnice a jejich celkové komunitní blaho.

Realizovatelnost i udržitelnost projektu je majoritně závislá na lidském faktoru, proto bylo podstatné se zaměřit na zúčastněné osoby v projektu, vysvětlit důležitost jejich přístupu k organizačním záležitostem a trpělivě předat know-how fungování projektu. Odpovědný přístup k návštěvníkům posiluje kvalitu služby a tím i její budoucí vývoj. Na základě všech dostupných výsledků a vytvořeného modelového návrhu je předpoklad k úspěšné realizaci projektu.

7 Zdroje

Knižní zdroje

ADAMCOVÁ, Lenka a Tereza NĚMEČKOVÁ. *Rozvojová ekonomika*. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1515-1.

DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO. *Projektový management podle IPMA*. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). 526 s., ISBN 978-80-247-4275-5.

DUBA, Nomsa, Marek a LOUŽEK. *Rozvojové země: potřebují pomoc, nebo volné trhy? : sborník textů*. Vyd. 1. Praha: CEP - Centrum pro ekonomiku a politiku, 2009. Ekonomika, právo, politika. ISBN 978-80-86547-74-9.

FORET, Miroslav. *Cestovní ruch v regionálním rozvoji: Tourism in regional development*. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2014. ISBN 978-80-7509-051-5

HRALA, Václav, ŠAFAŘÍK, Viktor (ed.). *Geografie cestovního ruchu*. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 978-80-85970-79-1.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.

JAROLÍMEK, Michal, Jaromír POLÁŠEK a Karel ŠTEKER. *Projektový management I a II: komplexní průvodce s příklady*. 2., rozš. vyd. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013. Prosperita firmy. ISBN 978-80-7394-407-0.

JINDŘICHOVSKÁ, Irena. *Finanční management*. V Praze: C.H. Beck, 2013. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-052-2.

KERZNER, Harold. *Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling*. 10th ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley, c2009. p. 3 ISBN 978-0-470-27870-3.

KEŘKOVSKÝ, Miloslav a Oldřich VYKYPĚL. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2006. C.H. Beck pro praxi. 206 s. ISBN 80-717-9453-8.

KNÁPKOVÁ, Adriana, Drahomíra PAVELKOVÁ a Karel ŠTEKER. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Prosperita firmy. 236 s. ISBN 978-80-247-4456-8.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu: nové produkty z hlediska motivace účastníků cestovního ruchu, nové trendy v nabídce turismu pro specifické skupiny, názorné příklady ze zahraničí i z České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, c2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

KRÁLOVÁ, Daniela, Blanka MEDKOVÁ a Jana MRAČKOVÁ (eds.). *Novinář, rozvojová spolupráce a humanitární pomoc: příručka rozvojového vzdělávání pro studenty mediálních oborů*. Praha: Člověk v tísni, společnost při ČT, c2007. ISBN 978-80-86961-31-6.

MACCANNELL, Dean. *The tourist: a new theory of the leisure class*. 1. publ. London: Macmillan Press, 1976. ISBN 2-0790.280

MORRISON, Alastair M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-90-2

OPRŠAL, Zdeněk. *Mezinárodní rozvojová spolupráce: vybrané aspekty*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-3948-8.

PALATKOVÁ, Monika, Marek a LOUŽEK. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Ekonomika, právo, politika. ISBN 978-80-247-3750-8.

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.

RAJCHLOVÁ, Jaroslava a Tereza NĚMEČKOVÁ. *Neziskové organizace a rozvojová pomoc*. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2014. ISBN 978-80-7509-034-8.

RYGLOVÁ, Kateřina, Marek a LOUŽEK. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. Management (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-028-6.

SIEBER, Patrik. *Studie proveditelnosti = Feasibility study: metodická příručka*. 1.4. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, ČR, str. 92, 2004. ISBN 2-1167.953.

ŠIMKOVÁ, Eva a Jiří ŠÍPEK. *Sustainability in tourism and rural areas: monograph*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-361-1.

ŠTÝRSKÝ, Jiří a Jiří ŠÍPEK. *Geografie udržitelného turismu světa v ekonomických, environmentálních a multikulturních souvislostech: metodologie moderní geografie, sociální a ekonomická geografie turismu a rekreace regionů světa, komparativní geografie a ekonomika: zdroje a možnosti destinací v regionech světa*. Vyd. 6. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-7435-127-3.

WILLIAMS, China. *Thajsko*. 2. české vyd. Překlad Josef Brožík. Praha: Svojtka, 2010. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-256-0424-3.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. *East Asia & Pacific, Tourism 2020 vision*. Madrid: World Tourism Organisation, 2000. ISBN 9284403871.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

Internetové zdroje

ADB: Country Partnership Strategy. *Thailand 2013 - 2016: Poverty Analysis (summary)* [online]. Mandaluyong City, 2015 [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <http://www.adb.org/sites/default/files/linked-documents/cps-tha-2013-2016-pa.pdf>

Amazing Thailand: The Tourism Authority of Thailand (TAT) [online]. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports, 2016 [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://www.tourismthailand.org/About-Thailand/About-TAT>

BIRD, Kelly, Kelly HATTEL, Eiichi SASAKI a Luxmon ATTAPICH. *Asian Development Bank: Poverty, Income Inequality, and Microfinance in Thailand* [online]. Philippines: Southeast Asia Working Paper Series, 2011(No. WPS114137) [cit. 2016-04-01]. Dostupné z: <http://www.adb.org/sites/default/files/publication/29271/poverty-income-inequality-microfinance-thailand.pdf>

Booking [online]. Amsterdam, 2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: www.booking.com

BOONPERM, Jirawan, Jonathan HAUGHTON a Shahidur R. KHANDKER. *Policy Research Working Paper: Does the Village Fund Matter in Thailand?* In: *The World*

Bank: Development Research Group: Sustainable Rural and Urban Development Team [online]. World Bank, 2009 [cit. 2016-03-24]. WPS5011. Dostupné z: <http://goo.gl/i1Cjpd>

BOONPERM, Jirawan, Jonathan HAUGHTON a Shahidur R. KHANDKER. *Does the Village Fund Matter in Thailand?* [online] Bangkok, 2007 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://goo.gl/8BZASG>

BOONRATANA, Ramesh. *Community-Based Tourism in Thailand: The Need and Justification for an Operational Definition* [online]. Bangkok: The Kasetsart Journal: Social Science, 2010 [cit. 2016-03-30]. Dostupné z: <https://goo.gl/Vkx3ET>

BUNYASRIE, Vilasinee. *The Sufficiency Economy And Creative Economy: Substitutes or Compliments for Thailand* [online]. In: Bangkok University International College 2010 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://goo.gl/8m1hZ9>

Central Bank Rates: Worldwide Central Bank Rates [online]. 2016 [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://www.cbrates.com/>

CIA: Central Intelligence Agency: The work of nation. The center of intelligence. *The World Fact book: Thailand* [online]. Washington, 2014 [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/th.html>

Community-based Tourism: Thailand Community-based Tourism Network Coordination Center [online]. Thailand, 2016 [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://cbtnetwork.org/>

Department of Tourism, *AVERAGE EXPENDITURE OF INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS BY EXPENDITURE ITEM: Package Tour January-December 2014*. Department of tourism [online]. Bangkok 2015 [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://newdot2.samartmultimedia.com/farms/uploaded/00Statistic/2014/Inbound/2014/AVERAGE%20EXPENDITURE%20OF%20INTERNATIONAL%20TOURIST%20ARRIVALS%20BY%20EXPENDITURE%20ITEM%20PACKAGE%20TOUR.pdf>

Department of tourism: *1.6 Domestic_Q1-Q4_2557_ภาคอีสาน* [online]. Bangkok 2015 [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24333>

DOLEZAL, Claudia. *Community-Based Tourism in Thailand: (Dis-)Illusions of Authenticity and the Necessity for Dynamic Concepts of Culture and Power* [online]. University of Brighton, UK/ Society for South-East Asian Studies, Austria: ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies, 2011 [cit. 2016-03-30]. Dostupné z: http://www.seas.at/aseas/3_2/ASEAS_4_1_A7.pdf.

Google Maps [online]. Mountain View, 2014 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <https://maps.google.com>

HELLIWELL, John, Richard LAYARD a Jeffrey SACHS (eds.). *World Happiness Report 2015* [online]. In: New York: Sustainable Development Solutions Network, 2015 [cit. 2016-04-01]. Dostupné z: <http://www.theglobeandmail.com/news/national/article24073928.ece/BINARY/World+Happiness+Report.pdf>

Homestay [online]. Ireland, 2016 [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <https://www.Homestay.com/>

International Labor Office, REGIONAL OFFICE FOR ASIA AND THE PACIFIC. *Thailand: a labour market profile* [online]. Bangkok: ILO, 2013 [cit. 2016-03-13]. ISBN 978-922-1269-038. Dostupné z: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/publication/wcms_205099.pdf

JAHAN, Selim. *Human Development Report 2015: Work for Human Development*. New York: United Nations Development Programme, 2015. ISBN 978-92-1-126398-5.

KAEMTHONG, Indaratna. *Sufficiency Economy: A Happiness Development Approach* [online]. In: . Faculty of Economics: Chulalongkorn University, 2007 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.gnh-movement.org/papers/indrata.pdf>

KAENG TANA INFORMATION CENTRE, Khong Chiam, Ubon Ratchathani Province 34220, Tel: 045-442 002, 249 802

KONTOGEOURGOPOULOS, Nick, Anuwat CHURYEN a Varaphorn DUANGSA-ENG. *Homestay Tourism and the Commercialization of the Rural Home in Thailand*. [online] Asia Pacific Journal of Tourism Research. 2013 [cit. 2014-09-12], s. 1-22. DOI: 10.1080/10941665.2013.852119. Available to: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10941665.2013.852119>

KONTOGEOURGOPOULOS, Nick, Anuwat CHURYEN a Varaphorn DUANGSA-ENG. *Success Factors in Community-Based Tourism in Thailand: The Role of Luck*,

External Support, and Local Leadership [online]. Routledge Taylor&Francis Group, 2014 [cit. 2016-04-

29]. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/21568316.2013.852991>. Dostupné z:

<http://www.pugetsound.edu/files/resources/tourism-planning-and-development.pdf>

LUEKENS David: *Travel Fish: Kaeng Tana National Park* [online]. 2015 [cit. 2016-04-29]. Dostupné z: <http://goo.gl/AAfO0b>

Management mania: doba návratnosti [online]. Pilsen: Science and Technology Park Pilsen, 2015 [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/doba-navratnosti>

Mekong Responsible Tourism [online]. Thailand: Ministry of Tourism & Sports, 2016 [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://www.mekongresponsibletourism.org/>

Mekong River Commission: For Sustainable Development [online]. 2014 [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://www.mrcmekong.org/>

MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR: Thajsko* [online]. 2015 [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/thajsko/ekonomika/ekonomicka_c_harakteristika_zeme.html

Poeta: moderní literární server [online]. 2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: <http://www.poeta.cz/citaty/autori/prislovi-cinske>

PUNTASEN, Apichai a Titiporn PUNTASEN. *The King's Sufficiency Economy: Analyses of Meanings by Economists* [online]. Bangkok: The National Research Council Committee on Economic Branch, 2004 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: http://www.thailaws.com/download/thailand/king_suff_economy.pdf

SALLY ASKER... [ET AL.]. *Effective Community-based Tourism: a good practice manual*. Parkwood, Qld: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, 2010. ISBN 978-192-1785-047.

SATARAT. *SUSTAINABLE MANAGEMENT OF COMMUNITY-BASED TOURISM IN THAILAND* [online]. 2010 [cit. 2016-03-31]. Dostupné z: <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2010/b166706.pdf>. A Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy. School of Public Administration. Vedoucí práce Pairote Pattranarakul, Ph.D.

SYROVÁTKA, M. a J. HARMÁČEK. Klasifikace rozvojových zemí: vybrané kapitoly [online]. Olomouc. Univerzita Palackého v Olomouci, 2014 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <http://goo.gl/pnmSV1>

Thailand. *Work for human development: Briefing note for countries on the 2015 Human Development Report* [online]. UNDP, 2015 [cit. 2016-05-09]. Dostupné z: http://hdr.undp.org/sites/all/themes/hdr_theme/country-notes/THA.pdf

ThaiWays: One Tambon One Product [online]. 2002 [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: http://www.thaiwaysmagazine.com/thai_article/2014_one_tambon_one_product/one_tambon_one_product.htm

Thaiways: The most comprehensive guide to Thailand. 2014. Thailand, 2014. ISSN 1513-5713.

Thajsko: Základní charakteristika. *BUSINESS INFO* [online]. MZV, 2015 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/thajsko-zakladni-charakteristika-teritoria-18721.html>

The Economics: Microfinance in Thailand. : *The biggest microlender of them all* [online]. Bangkok, 2013 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://www.economist.com/blogs/schumpeter/2013/01/microfinance-thailand>

THE WORLD BANK: *Country and Lending Groups* [online]. 2016 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: http://data.worldbank.org/about/country-and-lending-groups#Low_income

Tourism Authority of Thailand: *Amazing Thailand*. [online]. 2014 [cit. 2014-10-02]. Dostupné z: <http://www.tourismthailand.org/>

TOURISM RECEIPTS FROM INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS. *Department of Tourism* [online]. 2014 [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: <http://newdot2.samartmultimedia.com/farms/uploaded/00Statistic/2014/Inbound/2014/TOURISM%20RECEIPTS%20FROM%20INTERNATIONAL%20TOURIST%20ARRIVALS.pdf>

Transparency International: Global civil society organisation leading the fight against corruption. *CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX 2014: RESULTS* [online]. 2014 [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <https://www.transparency.org/cpi2014/results>

Trip Advisor: Fact Sheet [online]. MA, 2016 [cit. 2016-05-05]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.com/PressCenter-c4-Fact_Sheet.html

TURNER, Rochelle. *Travel & Tourism: Economic Impact 2015 Thailand* [online]. In: . United Kingdom: Travel & Tourism council, 2015 [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/thailand2015.pdf>

UNDP: United Nations Development Programme. *UNDP in Thailand* [online]. New York: United Nations Development Programme, 2015, (E.15.III.B.1) 2015 [cit. 2016-03-23]. ISSN 0969-4501. Dostupné z: http://hdr.undp.org/sites/default/files/2015_human_development_report_1.pdf

UNDP: United Nations Development Programme. *UNDP in Thailand* [online]. 2012 [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <http://www.th.undp.org/content/thailand/en/home/countryinfo/>

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. *Thailand Human Development Report, 2007: Sufficiency Economy and Human Development*. [Bangkok: United Nations Development Programme, 2007. ISBN 9748812634.

UNWTO. World Tourism Organization: Annual Report 2014 [online]. Madrid: World Tourism Organization, 2015 [cit. 2016-03-09]. Dostupné z: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf

World Bank: *International tourism, number of arrivals* [online]. [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://goo.gl/lnzTw7>

World Bank: Working on a world free of poverty. *World Bank: Poverty headcount ratio at national poverty lines* [online]. Washington: The World Bank Group, 2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: <http://data.worldbank.org/>

World Bank: Working on a world free of poverty. *World Bank: Thailand* [online]. Washington: The World Bank Group, 2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: <http://data.worldbank.org>

กรมการท่องเที่ยว: *Department of Tourism* [online]. 2011 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25306>

8 Seznam zkratek

ASEAN	Association of South East Asian Nations Sdružení národů jihovýchodní Asie
BAAC	Bank of Agriculture and Agricultural cooperatives Zemědělská banka pro spolupráci
CBT	Community-based Tourism Turismus založený na komunitě
CF	Cash flow Peněžní tok
GSB	Government Saving Bank Vládní spořitelna
HAI	Human Achievement Index
HDI	Human Developing Index Index lidského rozvoje
HS	Homestay
IMF	International Monetary Fund Mezinárodní měnový fond
MOTS	Ministry of Tourism and Sports Ministerstvo turismu a sportu
NIC	Newly industrialized country Nově industrializované země
ODA	Official Development assistance Oficiální rozvojová pomoc
UN	United Nations Organizace spojených národů
OTD	The Office of Tourism Development Úřad pro rozvoj cestovního ruchu
TAT	Tourism Authority of Thailand
UNDP	United Nations Development Programme Rozvojový program Organizace spojených národů
VRF	Thailand Village and Urban Revolving Fund Thajský revolvingový fond měst a vesnic
WB	World Bank Světová banka
WTO	World Trade Organisation Světová obchodní organizace
WTTC	World Travel and Tourism Council Světová organizace cestovního ruchu

9 Seznam obrázků

Obr. 1	Chudoba v Thajsku v roce 2008	33
Obr. 2	Giniho index v regionech	34
Obr. 3	Podíl sektroů na HDP a zaměstnanosti v Thajsku	35
Obr. 4	Human Achievement Index	36
Obr. 5	Dokončené vzdělání v Ubon Ratchathani (%)	37
Obr. 6	Vybavení domácností v Ubon Ratchathani (%)	37
Obr. 7	Počet přijíždějících turistů celkem 2014	52
Obr. 8	Průměrný počet přenocování turistů v Thajsku 2014	53
Obr. 9	Příjmy z turismu v mil USD 2014	54
Obr. 10	Průměrné výdaje zahraničních turistů 2014	54
Obr. 11	Počet návštěvníků provincie Ubon Ratchathani 2014	55
Obr. 12	Rozložení zahraničních turistů ubytovaných v Ubon Ratchathani	56
Obr. 13	Predikce rozvoje růstu turismu na základě HDP a Zaměstnanosti	57
Obr. 14	Rozložení rolí v projektu	76
Obr. 15	Ganttův graf	80
Obr. 16	Bod zvratu	86
Obr. 17	Vývoj hrubého národního důchodu na obyvatele	105
Obr. 18	Vývoj hrubého regionálního produktu na obyvatele dle Provincí	105
Obr. 19	Výhled na řeku Mekong z obce Woen Buek	107
Obr. 20	Ukázka tradičního způsobu rybaření	107
Obr. 21	Tradiční řemesla v obci Woen Buek	108
Obr. 22	Kaeng Tana National Park	109
Obr. 23	Sirindhorn lake	109
Obr. 24	Kuhar Sarwan Temple	110
Obr. 25	Ubon Ratchathani	110
Obr. 26	Lokace Woen Buek	111
Obr. 27	Mapa vesnice Woen Buek	111

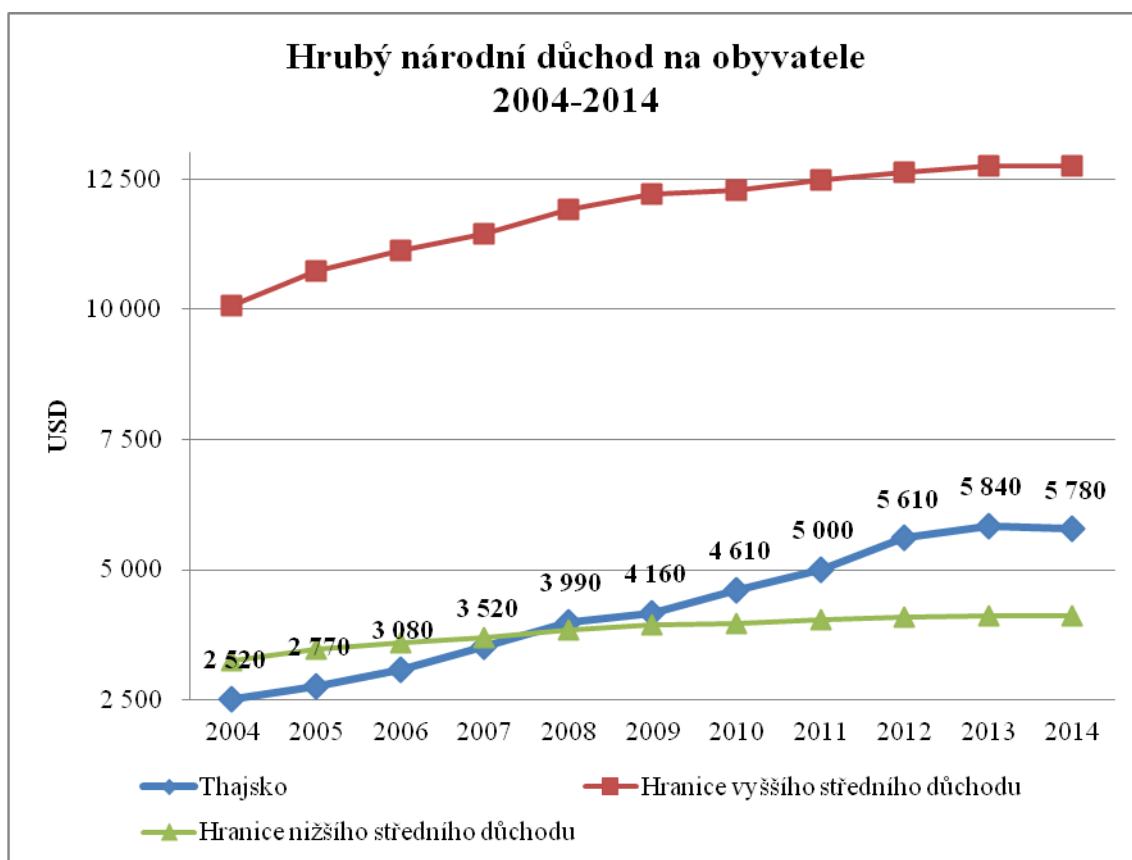
10 Seznam tabulek

Tab. 1	Thajské standardy ubytování Homestay	46
Tab. 2	Variabilní náklady na 1 os./1 noc.	69
Tab. 3	Ceník ubytování v okolí Ban Woen Buek	70
Tab. 4	Vstupní a fixní roční náklady skupiny Homestay.	81
Tab. 5	Souhrn ekonomických ukazatelů	82
Tab. 6	Konečný stav komunitního a HS fondu včetně očekávaného zlepšení ekonomického stavu členů skupiny	85
Tab. 7	SWOT Analýza	89
Tab. 8	Přehled přijíždějících turistů do Thajska dle regionu, dle skupiny příchozích	106
Tab. 9	Ekonomické vyhodnocení projektu – optimistický model v THB	112
Tab. 10	Ekonomické vyhodnocení projektu – realistický model v THB	113
Tab. 11	Ekonomické vyhodnocení projektu – pesimistický model v THB	113
Tab. 12	Homestay Fond	114
Tab. 13	Sekundární příjem pro domácnosti	114

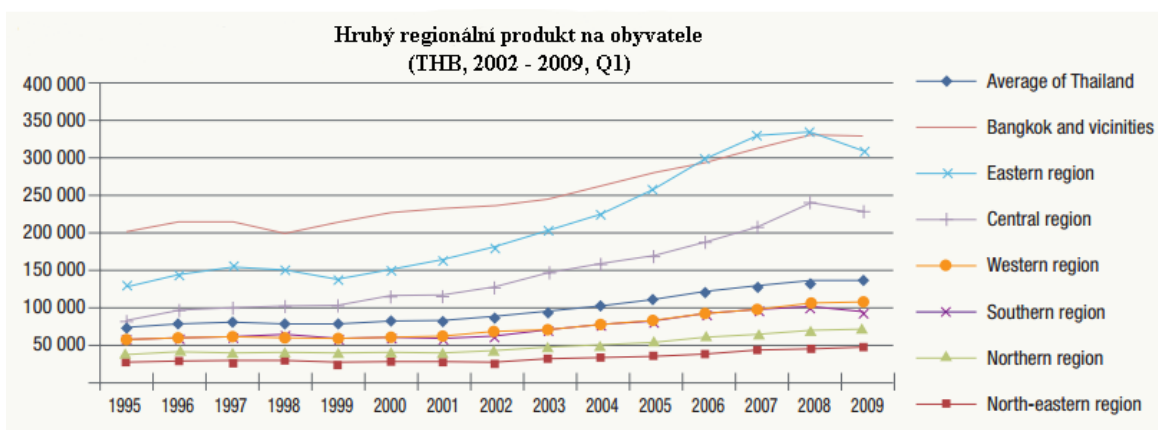
11 Seznam příloh

- A Vybrané Makroukazatele
- B Přehled struktury příjždějících do Thajska
- C Fotodokumentace
- D Cash Flow

A Vybrané makroukazatele



Obr. 17 Vývoj hrubého národního důchodu na obyvatele
Zdroj: Vlastní zpracování dle WORLD BANK, Thailand, 2015



Obr. 18 Vývoj hrubého regionálního produktu na obyvatele dle Provincií
Zdroj: International Labor Office, ILO: 2013

B Přehled struktury příjždějících do Thajska

Tab. 8 Přehled příjždějících turistů do Thajska dle regionu, dle skupiny příchozích

	Počet turistů celkem v tis.		Počet přenocování		Útrata v USD/osobu		Příjmy v USD v mil.	
	Turisté s cestovní kanceláří	Cestovatelé po vlastní ose	Turisté s cestovní kanceláří	Cestovatelé po vlastní ose	Turisté s cestovní kanceláří	Cestovatelé po vlastní ose	Turisté s cestovní kanceláří	Cestovatelé po vlastní ose
Východní Asie	4 809,41	9 958,44	5,51	7,29	174,06	153,45	4 612,68	11 140,02
Evropa	122,24	4 806,94	12,41	17,41	146,25	127,06	2 216,57	10 633,20
Amerika	126,62	922,29	10,46	15,30	161,09	147,72	213,35	2 084,54
Jižní Asie	376,56	837,23	6,13	7,84	167,35	171,99	386,31	1 128,89
Oceánie	163,57	780,36	11,34	13,09	175,90	171,54	326,28	1 752,21
Střední východ	145,79	498,48	8,97	12,73	179,55	169,35	234,79	1 074,66
Afrika	33,83	128,94	9,62	11,78	172,42	163,75	56,12	248,72
Celkem	6 877,02	17 932,66	7,09	11,00	165,02	143,83	8 046,10	28 062,24

Zdroj: Vlastní zpracování TOURISM RECEIPTS FROM INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS. Department of Tourism, 2015

C Fotodokumentace



Obr. 19 Výhled na řeku Mekong z obce Woen Buek
Zdroj: Vlastní fotodokumentace



Obr. 20 Ukázka tradičního způsobu rybaření
Zdroj: Vlastní fotodokumentace



Obr. 21 Tradiční řemesla v obci Woen Buek
Zdroj: Vlastní fotodokumentace



Obr. 22 Kaeng Tana National Park
Zdroj: Vlastní fotodokumentace



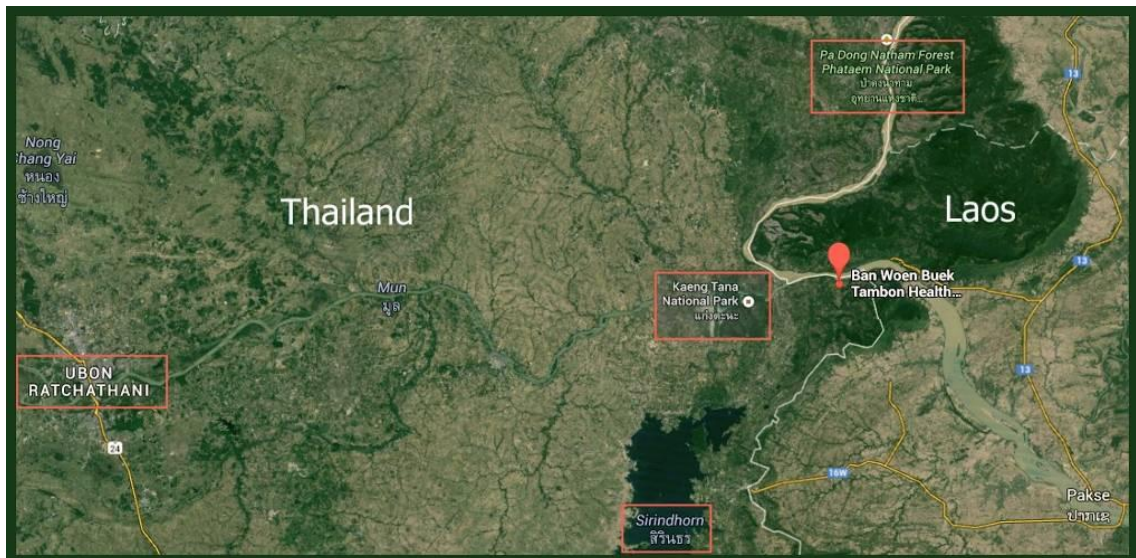
Obr. 23 Sirindhorn lake
Zdroj: Vlastní fotodokumentace



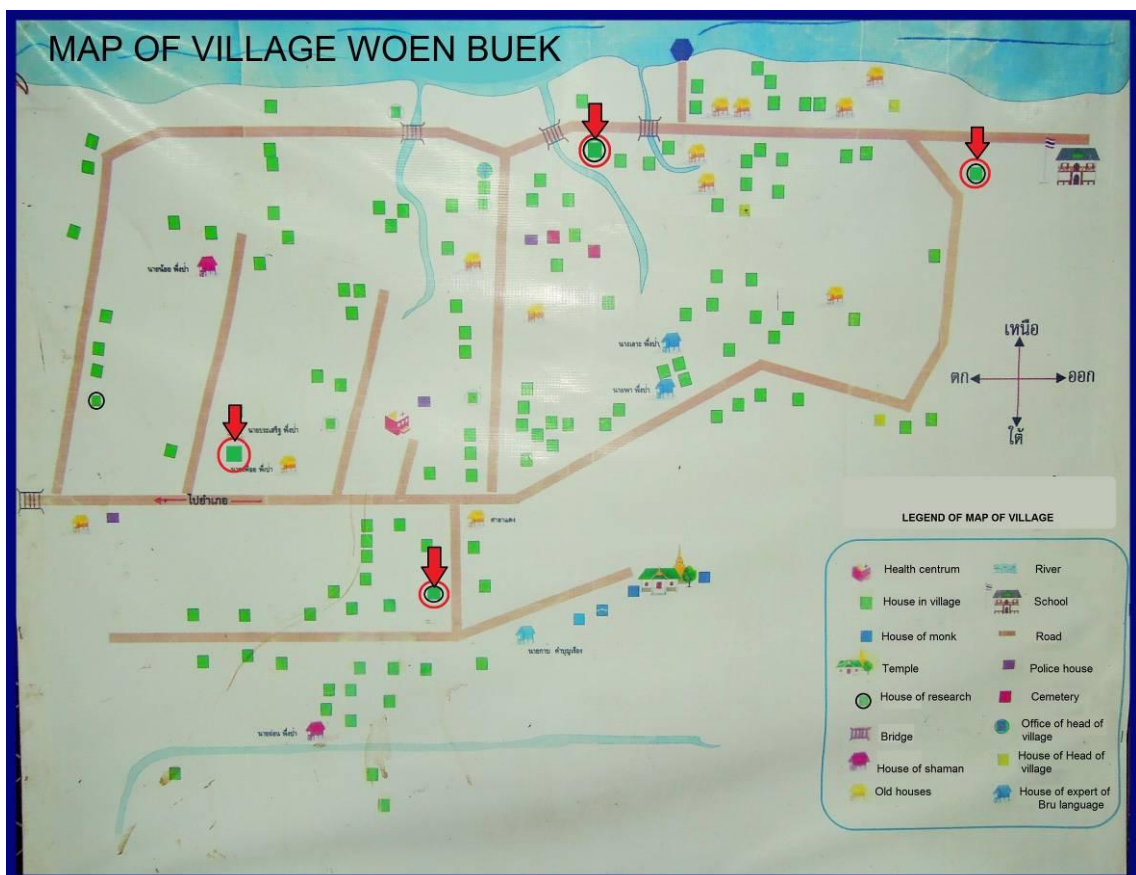
Obr. 24 Kuhar Sarwan Temple
Zdroj: Vlastní fotodokumentace



Obr. 25 Ubol Ratchathani
Zdroj: Vlastní fotodokumentace



Obr. 26 Lokace Woen Buek
Zdroj: Vlastní zpracování dle Google Maps, 2014



Obr. 27 Mapa vesnice Woen Buek
Zdroj: Vlastní fotodokumentace

D Cash Flow

Tab. 9 Ekonomické vyhodnocení projektu – optimistický model v THB

OPTIMISTICKÝ MODEL

Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Počet turistů		360	396	436	479	527	580	638	702	772	849
Kapitálové výdaje	41 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Variabilní náklady		67 316	74 047	81 452	89 597	98 557	108 413	119 254	131 179	144 297	158 727
Fixní náklady		13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800
Tržby za služby		162 000	178 200	196 020	215 622	237 184	260 903	286 993	315 692	347 261	381 988
Cash flow	-41 000	80 884	90 353	100 768	112 225	124 827	138 690	153 939	170 713	189 164	209 461
Kumulativní CF	-41 000	80 884	171 237	272 005	384 230	509 057	647 747	801 686	972 399	1 161 563	1 371 024
Diskontované CF	-41 000	79 689	87 702	96 366	105 736	115 872	126 838	138 703	151 544	165 442	180 485
Kumulativní DCF	-41 000	38 689	126 391	222 757	328 493	444 366	571 203	709 907	861 450	1 026 892	1 207 377
Komunitní fond 20 %		16 177	18 071	20 154	22 445	24 965	27 738	30 788	34 143	37 833	41 892
Homestay fond 25 %		20 221	22 588	25 192	28 056	31 207	34 672	38 485	42 678	47 291	52 365
Příjem domácností celkem		44 486	49 694	55 422	61 724	68 655	76 279	84 666	93 892	104 040	115 203
Příjem z jedhono návštěvníka rodině		124	125	127	129	130	132	133	134	135	136

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 10 Ekonomické vyhodnocení projektu – realistický model v THB

REALISTICKÝ MODEL											
Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Počet turistů		260	286	315	346	381	419	461	507	557	613
Kapitálové výdaje	41 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Variabilní náklady		48 617	53 479	58 826	64 709	71 180	78 298	86 128	94 741	104 215	114 636
Fixní náklady		13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800
Tržby za služby		117 000	128 700	141 570	155 727	171 300	188 430	207 273	228 000	250 800	275 880
Cash Flow	-41 000	54 583	61 421	68 944	77 218	86 320	96 332	107 345	119 459	132 785	147 444
Kumulativní CF	-41 000	13 583	75 005	143 948	221 166	307 486	403 817	511 162	630 621	763 407	910 850
Diskontované CF	-41 000	53 776	60 514	67 925	76 077	85 044	94 908	105 758	117 694	130 823	145 265
Kumulativní DCF	-41 000	12 776	73 290	141 215	217 292	302 336	397 244	503 002	620 696	751 519	896 784
Komunitní fond 20 %		10 917	12 284	13 789	15 444	17 264	19 266	21 469	23 892	26 557	29 489
Homestay fond 25 %		13 646	15 355	17 236	19 304	21 580	24 083	26 836	29 865	33 196	36 861
Příjem domácností celkem		30 021	33 782	37 919	42 470	47 476	52 982	59 040	65 703	73 032	81 094
Příjem z jedhono návštěvníka rodině		115	118	121	123	125	127	128	130	131	132

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 11 Ekonomické vyhodnocení projektu – pesimistický model v THB

PESIMISTICKÝ MODEL											
Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Počet turistů		160	176	194	213	234	258	283	312	343	377
Kapitálové výdaje	41 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Variabilní náklady		29 918	32 910	36 201	39 821	43 803	48 183	53 002	58 302	64 132	70 545
Fixní náklady		13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800	13 800
Tržby za služby		72 000	79 200	87 120	95 832	105 415	115 957	127 552	140 308	154 338	169 772
Cash Flow	-41 000	28 282	32 490	37 119	42 211	47 812	53 973	60 751	68 206	76 406	85 427
Kumulativní CF	-41 000	-12 718	19 772	56 891	99 102	146 914	200 888	261 638	329 844	406 250	491 677
Diskontované CF	-41 000	27 864	31 537	35 498	39 771	44 382	49 361	54 738	60 547	66 824	73 610
Kumulativní DCF	-41 000	-13 136	18 401	53 898	93 669	138 051	187 412	242 150	302 697	369 521	443 131
Komunitní fond 20 %		5 656	6 498	7 424	8 442	9 562	10 795	12 150	13 641	15 281	17 085
Homestay fond 25 %		7 070	8 123	9 280	10 553	11 953	13 493	15 188	17 051	19 102	21 357
Příjem domácností celkem		15 555	17 870	20 416	23 216	26 297	29 685	33 413	37 513	42 023	46 985
Příjem z jedhono návštěvníka rodině		97	102	105	109	112	115	118	120	123	125

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 12 Homestay Fond

Homestay fond - 25% z CF						
Rok	Optimistický	Kumulativně	Realistický	Kumulativně	Pesimistický	Kumulativně
2017	20 221	20 221	13 646	13 646	7 070	7 070
2018	22 588	42 809	15 355	29 001	8 123	15 193
2019	25 192	68 001	17 236	46 237	9 280	24 473
2020	28 056	96 057	19 304	65 541	10 553	35 026
2021	31 207	127 264	21 580	87 121	11 953	46 979
2022	34 672	161 937	24 083	111 204	13 493	60 472
2023	38 485	200 422	26 836	138 041	15 188	75 660
2024	42 678	243 100	29 865	167 905	17 051	92 711
2025	47 291	290 391	33 196	201 102	19 102	111 813
2026	52 365	342 756	36 861	237 963	21 357	133 169

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 13 Sekundární příjem pro domácnosti

Počáteční rok realizace - 2017

	Současný průměrný roční příjem	Finanační příjem pro jednu rodinu z jednoho hosta	Počet ubytovaných ročně v jedné domácnosti	Výše sekundárního příjmu ročně	Reálné navýšení příjmu domácností
Optimistický model	48 000	124	90	11 122	23%
Realistický model	48 000	115	65	7 505	16%
Pesimistický model	48 000	97	40	3 889	8%

Finalní rok realizace - 2026

	Současný průměrný roční příjem	Finanační příjem pro jednu rodinu z jednoho hosta	Počet ubytovaných ročně v jedné domácnosti	Výše sekundárního příjmu ročně	Reálné navýšení příjmu domácností
Optimistický model	48 000	136	212	28 801	60%
Realistický model	48 000	132	153	20 274	42%
Pesimistický model	48 000	125	94	11 746	24%

Zdroj: Vlastní zpracování