



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Název projektu	Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě
Registrační číslo projektu	CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400

Prezentace předmětu:  
**PODNIKÁNÍ V CESTOVNÍM RUCHU**

Vyučující:  
**Doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D.**  
**Ing. Patrik Kajzar, Ph.D.**

# Podnikatelská etika a společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu

Obsah přednášky



**SILESIAN  
UNIVERSITY**  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

**Společenská odpovědnost,  
Společensky odpovědné  
chování a podnikání**

# Společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

## Společensky odpovědné podnikání

- ✓ *Společenská odpovědnost firem dobrovolně integruje sociální a ekologické ohledy do podnikatelských činností firmy, a to ve spolupráci se zainteresovanými stranami podniku neboli stakeholdery.*
- ✓ *Dobrovolný přístup organizací a podniků k otázkám stavu společenského prostředí, včetně životního prostředí a udržitelného rozvoje.*
- ✓ *CSR - dobrovolný závazek podniků chovat se v rámci svého fungování odpovědně ke společnosti i prostředí, ve kterém podnikají.*
- ✓ *CSR lze vyjádřit v tzv. „pyramidě společenské odpovědnosti firem.*

# Společenské odpovědnosti firem



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA



**Carollova pyramida  
společenské odpovědnosti  
firem**

# Historický vývoj CSR



- ✓ **50. léta** - Howard Bowen ve své knize *Social Responsibility of Businessman* (1953) dává vznik dnes již běžně používanému termínu CSR.
- ✓ **70. léta** – rozvoj významu CSR. Na půdě Organizace spojených národů dochází k prvním debatám a vytváří se základy obsahu společenské odpovědnosti firem.
- ✓ **90. léta** – k masovějšímu rozvoji konceptu CSR začalo docházet v poslední dekádě minulého století, především díky vzniku prvních platforem a iniciativ.

# Historický vývoj CSR



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

- ✓ **1996** – předseda Evropská komise Jacques Delors podnítl vznik organizace CSR Europe, jakožto dnes nevýznamnější evropské centrály věnující se problematice společenské odpovědnost.
- ✓ **2000** – Dalším významným bodem v přístupu k CSR na evropské úrovni je Lisabonský summit, na kterém se představitelé Evropské unie shodli, že rozvoj CSR po celé Evropě je nutno podporovat strategicky a z dlouhodobého hlediska.
- ✓ **2001** - Evropská komise prezentuje tzv. Zelenou knihu s podtitulem "Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility", která obsahuje první EU definici CSR.

# Historický vývoj CSR



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

- ✓ **2002** – vznik Multistakeholder Forum, které za pomoci Evropské komise sdružuje zástupce zaměstnavatelských svazů, podnikatelských svazů, odborů a nevládních organizací.
- ✓ **2006** – vznik Evropské Aliance pro CSR.
- ✓ **2011** - V rámci hospodářské Strategie 2020 vydala Evropská komise sdělení k obnovené strategii EU pro společenskou odpovědnost podniků na období 2011 – 2014.

# Společensky odpovědná firma



## Společensky odpovědná firma

- ✓ nepovažuje za svou jedinou prioritu zisk, ale zabývá se i dalšími aktivitami s ohledem na jejich sociální a environmentální dopad na okolní prostředí.
- ✓ pokud se tak firma chová v delším horizontu tak to vede ke zvýšení její konkurenceschopnosti a také lepší postavení jak na domácích, tak i zahraničních trzích a v neposlední řadě také lepší vyhlídky pro svou podnikatelskou činnost, včetně naplnění očekávání dodavatelů, investorů, apod.



# Společensky odpovědné podnikání



**SILESIAN  
UNIVERSITY**  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

Společensky odpovědné podnikání stojí na třech pilířích:

1. ekonomickém pilíři,
2. sociálním pilíři,
3. environmentální oblast.



# Společensky odpovědné podnikání

***I. Ekonomický pilíř*** – Zisk – odpovědná firma by měla mít transparentní podnikání, měla by fungovat v souladu s platnými etickými kodexy a kodexy dobrého chování, měla by se vstřícně chovat k zájmovým stranám.

# Společensky odpovědné podnikání



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

**II. Sociální pilíř** – Lidé – firma by měla dbát o bezpečnost a zdraví svých zaměstnanců, měla by bdít nad dodržováním pracovních standardů a postupů, zajišťovat rovných příležitostí, profesního rozvoje a angažuje se v komunitě.

**III. Environmentální pilíř** – Planeta – firma by se měla chovat odpovědně k životnímu prostředí a vést své zaměstnance k ochraně přírody.

# Společensky odpovědné podnikání



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

## Společensky odpovědné podnikání

(v anglickém znění Corporate Social Responsibility - CSR)

- ✓ dobrovolná integrace sociálních a ekologických ohledů do podnikatelských činností firmy, a to ve spolupráci se zainteresovanými stranami podniku neboli stakeholdery.
- ✓ společensky odpovědná firma nepovažuje za svou jedinou prioritu zisk, ale má více aktivit, které splňují požadavky na jejich sociální a environmentální dopad na okolní prostředí.

# Charakteristické rysy CSR



## Mezi charakteristické rysy CSR se řadí:

- ✓ *tři roviny aktivit* – ekonomická činnost firmy, sociální rozvoj a ochrana životního prostředí,
- ✓ *dobrovolnost* – podnik veškeré odpovědné aktivity vykonává dobrovolně, nad rámec svých zákonných povinností,
- ✓ *dialog se stakeholdery* – zapojení zainteresovaných stran, které firmu výrazně ovlivňují,

# Charakteristické rysy CSR



- ✓ *dlouhodobý charakter* – aktivity CSR jsou realizovány dlouhodobě a nekončí, pokud se podnik ocitne v horší ekonomické situaci,
- ✓ *důvěryhodnost* – CSR přispívá k posílení důvěry ve firmu; činnosti však musí být transparentní, trvalé a nezveličované.

# Výhody CSR

- ✓ větší transparentnost a posílení důvěryhodnosti firmy
- ✓ vyšší přitažlivost pro investory
- ✓ budování reputace a z ní vyplývající silné pozice na trhu
- ✓ odlišení od konkurence, zviditelnění značky pro spotřebitele
- ✓ zvýšení produktivity práce a loajality zaměstnanců
- ✓ možnost získání a udržení kvalitních zaměstnanců
- ✓ snížení nákladů na risk-management
- ✓ přímé finanční úspory spojené s ekologickým chováním (např. úspora energie, opětovné využití odpadového materiálu ve výrobě)
- ✓ zvýšení obrátu
- ✓ zvýšení kvality produktů či služeb



# Výhody CSR i pro menší firmy



- ✓ **snazší nacházení pracovníků – menší podniky hůře získávají vhodnou pracovní sílu; nemohou si dovolit drahé inzeráty a zejména absolventi univerzit nastupují raději k velkým firmám. S využitím aktivit CSR může i malá firma nabídnout potenciálnímu zaměstnanci výhody, kterými si zajistí jeho zájem a posléze loajalitu;**
- ✓ **snazší získávání obchodních partnerů – společenská odpovědnost firem ovlivňuje i dodavatelsko-odběratelské vztahy, protože některé firmy při výběru obchodního partnera přihlížejí i k dodržování konceptu CSR;**



# Výhody CSR i pro menší firmy



- ✓ **public relations** – malý podnik nemůže vynakládat velké prostředky na komunikaci s veřejností, proto má velký význam jeho všeobecně známé dobré jméno;
- ✓ **kontakty a informace** – podnik může získat informace z okolního prostředí a navázat vztahy s klíčovými partnery, což mu přinese prospěch ze střednědobého i dlouhodobého hlediska.

# Zahájení CSR aktivit



- ✓ stakeholderi – všechny osoby, instituce či organizace, které mají vliv na chod podniku nebo jsou jím ovlivněny,
- ✓ stakeholderi – investoři, zaměstnanci, zákazníci, obchodní partneři, zástupci státní správy, média, odbory, mezinárodní organizace a další,
- ✓ podnik by měl vytvořit tzv. analýzu zainteresovaných stran,, tzn. najít odpovědi na otázky:
  - Kdo jsou vaši stakeholderi?
  - Jaký mají vliv na vaši firmu?
  - Co od vás očekávají?
  - Kteří z nich jsou opravdu klíčoví?

# Vliv firemních hodnot



Jak vše realizovat v praxi?

- ✓ firemní hodnoty jasně definujte: budou jasným a důsledným vodítkem k řešení situací, které přinášejí dilemata nebo střety zájmů
- ✓ postarejte se o to, aby chování vaší firmy skutečně korespondovalo s firemními hodnotami
- ✓ sami jděte příkladem a důsledně je dodržujte
- ✓ zapojte do dialogu o firemních hodnotách i ostatní spolupracovníky
- ✓ pozitivně přistupujte k zájmům a starostem svých zaměstnanců, zákazníků, dodavatelů i obce
- ✓ o svých firemních hodnotách informujte interně i externě.

# Vliv chování firmy na její úspěch



- Podniky se opírají o sítě interních a externích vztahů.
- Sdílení zkušeností a informací s dodavateli, zákazníky, stejně smýšlejícími podniky a místními obchodními organizacemi může zvýšit prosperitu firmy.
- Jak vše realizovat v praxi?
  - ✓ dobré vztahy se zákazníky a dodavateli přinášejí užitek oběma stranám,
  - ✓ zajistit dobrou pověst - důsledně „dělat správné věci“ ve všech obchodních vztazích,
  - ✓ buďte solidní k zákazníkům, včas hradte dodavatelské faktury a provádějte etické obchodní praktiky,
  - ✓ dobrá pověst a dobré jméno vám přinese úspěch na trhu!

# Jednání se zaměstnanci



- potřeby zaměstnanců můžete zajistit i pouhým plněním legislativních povinností v zaměstnanosti, bezpečnosti a ochraně zdraví,
- skutečnou vnitřní motivaci jim však dá váš viditelný zájem o jejich profesní rozvoj a o spokojenost z práce i osobního života,
- jak motivovat zaměstnance:
  - ✓ postarejte se o důvěru mezi vedením podniku a zaměstnanci,
  - ✓ kde to má smysl, radte se s nimi o podnikových záležitostech,
  - ✓ usilujte o jejich spolupráci v důležitých situacích,
  - ✓ s rozvojem podniku podporujte zároveň i rozvoj kariéry jednotlivých zaměstnanců,
  - ✓ umožněte zaměstnancům vhodnou rovnováhu pracovního a osobního života.

# Vztah k okolí firmy – místní komunita



- ✓ nabízí se nepřeberné množství aktivit, například:
  - firemní dárcovství formou finanční či materiální pomoci,
  - poskytování času zaměstnanců a jejich odborných znalostí,
  - účast na lokálních sportovních, vzdělávacích či kulturních projektech,
  - pomoc při řešení lokálních sociálních problémů (prevence kriminality či nezaměstnanosti).
  
- ✓ co získáte:
  - nové trhy, zákazníky či obchodní příležitosti
  - zvýšené uznání a úctu zákazníků
  - lepší pověst podniku
  - snadnější získávání a udržení zaměstnanců
  - propojení a vazby s jinými lokálními podniky.

# Vztah k životnímu prostředí



- ✓ zhoršování životního prostředí je globální i lokální problém.
- ✓ odpovědná firma se proto snaží životní prostředí chránit, ekologické postupy navíc často přinášejí i finanční užitek,
- ✓ co získáte:
  - efektivní využití energie,
  - prevence znečišťování,
  - minimalizace odpadu a využívání recyklací,
  - zlepšení vztahů s místním společenstvím,
  - zvýší motivaci a hrdost zaměstnanců i
  - věrnost zákazníků,
  - přispívá k dlouhodobé stabilitě a úspěšnosti podniku.

# CSR v České republice



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

- ✓ V České republice se můžeme s CSR setkat na Oficiálním portálu České republiky o společenské odpovědnosti. V současné době existuje odborná sekce pod názvem
- ✓ Společenská odpovědnost organizací a udržitelný rozvoj, jejímž cílem je podporovat a koordinovat koncept společenské odpovědnosti (CSR) a udržitelného rozvoje v ČR. Mezi další organizace, které se podílejí k rozvoji a propagaci CSR můžeme zařadit následující subjekty: Asociace společenské odpovědnosti, Business Leaders Forum, Byznys pro společnost, apod.



# CSR v České republice



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

Jak je uvedeno na Oficiálním portálu České republiky o společenské odpovědnosti (2017) se Rada kvality ČR podílí na podpoře a koordinaci konceptu CSR v ČR mimo jiné i realizací řady ocenění:

- ✓ *Národní cena ČR za CSR a udržitelný rozvoj*, která je určena pro organizace podnikatelského i veřejného sektoru.
- ✓ Na regionální úrovni je realizována *Cena hejtmana za společenskou odpovědnost*, jež vyhlašují jednotlivé kraje.
- ✓ Od roku 2015 je nově udělována Cena za společenskou odpovědnost „*Podnikáme odpovědně*“,

# Společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

## AHR ČR

- ✓ odpovědné podnikání v sobě zahrnuje celou řadu témat, které jsou vždy specifické pro sektor, ve kterém firma působí.
- ✓ Nejen pro oblast hotelnictví a gastronomie je to vhodný způsob, jak pomoci jednoduchých opatřeních, mohou hotely a restaurace, zlepšit udržitelnost ve třech oblastech:
  - ekologické,
  - společenské,
  - ekonomické.

# Společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

## AHR ČR

- ✓ každý rokem se zapojuje do projektu „*Hodina Země*“,
- ✓ symbolické hodinové (částečné) zhasnutí světel, ať již nasvícení části budovy nebo štítu firmy.

# Společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu

Projekty, které splňující definici CSR:

- ✓ **Hotelové energetické řešení**, které pochází z anglického názvu Hotel Energy Solution (dále jen HES). Jedná se o projekt, který byl zahájen UNWTO ve spolupráci s týmem OSN a Evropskou agenturou pro cestovní ruch a energetiku. Projekt přináší informace, technickou podporu a školení pro malé a střední podniky v oblasti CR a ubytování v celé Evropské unii, ke zvýšení jejich energetické šetrnosti a využívání energie z obnovitelných zdrojů.

# Společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

HES reaguje na klimatické apelování v souladu s cíli EU a procesu Davos 2007, který stanovuje následující požadavky pro podniky cestovního ruchu:

- ✓ přizpůsobení podniku CR a destinaci měnícím se klimatickým podmínkám,
- ✓ snižování emisí skleníkových plynů,
- ✓ podpora investic energetické účinnosti a využívání obnovitelných zdrojů energie a technologie, apod.

# Společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

Každým rokem AHR ČR vyhlašuje ocenění v soutěžích v různých oblastech. Jedná se o „Ceny AHR ČR“. V roce 2017 to jsou kategorie:

- ✓ **Hoteliér roku nezávislé hotely,**
- ✓ **Hoteliér roku řetězcové hotely,**
- ✓ **Restauratér roku samostatné restaurace,**
- ✓ **Restauratér roku hotelové restaurace,**
- ✓ **Penzion roku,**

# Společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

„Ceny AHR ČR“

- ✓ Škola roku,
- ✓ Mladý/á manažer/ka roku,
- ✓ Odpovědný hotel / restaurace.

# Společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

- ✓ V r. 2014 v kategorii TOP ODPOVĚDNÝ HOTEL / RESTAURACE se vítězem stal *Park Inn by Radisson Hotel Ostrava*
- ✓ V r. 2015 ve stejnojmenné kategorii se stal vítězem *Hotel Perla Prague*, který se zejména zaměřuje na ubytování nevidomých. Podle ředitele tohoto hotelu Tomáše Startla, mohou ostatní hostě vidět, „*jak naše servírka nabídne v restauraci rámě nevidomému, usadí ho, nabídne mu nápoj a po jeho přinesení mu na hrnek položí ruku, tak to vzbudí obdiv a příjemné emoce.*“
- ✓ V roce 2016 se stal vítězem v kategorii Odpovědný hotel roku *Clarion Congress Hotel Prague*



# Společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu



SILESIAN  
UNIVERSITY  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

Cílem je:

- ✓ zapojit znevýhodněné skupiny obyvatel na trhu práce,
- ✓ zvýšit zaměstnanost dlouhodobě nezaměstnaných,
- ✓ zvýšit zaměstnanost sociálně vyloučených obyvatel,
- ✓ zvýšit zaměstnanost obyvatel se zdravotním postižením,
- ✓ zvýšit zaměstnanost osob pečujících o děti,
- ✓ zvýšit zaměstnanost osob po výkonu trestu,
- ✓ zvýšit zaměstnanost osob etnických menšin,
- ✓ zvýšit zaměstnanost závislých osob.

# Zdroje



- ✓ URBANOVÁ, E., 2015. Podpora podnikání v Německu a Rakousku. [online] [vid. 20. srpna 2016]. Dostupné z <http://www.docplayer.cz/17423455-Podpora-podnikani-v-nemecku-a-rakousku.html>.
- ✓ VEBER, J., SRPOVÁ, J. A KOL. 2005. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-1069-2.
- ✓ VODÁČEK, L. a O. VODÁČKOVÁ, 2004. *Malé a střední podniky: konkurence a aliance v Evropské unii*. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-099-6.



---

# Děkuji za pozornost

