

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Význam etických kodexů pro pracovníky
v cestovním ruchu
Bakalářská práce

Autor: Aneta Rejchrtová
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. Michal Trousil, Ph.D.

Hradec Králové

červenec 2015

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 23. 7. 2015

.....

Aneta Rejchrtová

Poděkování:

Tímto chci poděkovat Mgr. Michalu Trousilovi, Ph.D. za jeho odborné vedení, rady a profesionální přístup. Také bych chtěla poděkovat všem respondentům, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření v rámci empirické části této práce.

Anotace

Bakalářská práce se věnuje problematice významu etických kodexů pro pracovníky v cestovním ruchu. V teoretické části se zabývá tím, co všechno ovlivňuje roli etických kodexů v cestovním ruchu, z čeho etické kodexy vychází, co obsahují, jak vznikají. Teoretická část byla zpracována na základě studia odborné literatury a konkrétních etických kodexů.

Empirická část je založena na analýze dat získaných z dotazníkového šetření a snaží se zjistit, jaké povědomí mají o etických kodexech pracovníci v cestovním ruchu Královéhradeckého kraje, přičemž cílovou skupinu tvořili pracovníci těch cestovních kanceláří, cestovních agentur, ubytovacích a restauračních zařízení, které jsou členy profesních asociací (ACK ČR, AČCKA, AHR ČR). Výsledky dotazníkového šetření byly zanalyzovány ve vazbě na cíl práce.

Klíčová slova: asociace, cestovní ruch, etický kodex, firma, image, jednání, pracovník, pravidla, společenská odpovědnost, subjekt, význam

Annotation

Title: The significance of ethical codes for employees in tourism

The bachelor thesis deals with issues of the significance of ethical codes for employees in tourism. The theoretical section describes what influences the role of ethical codes in tourism, what the codes proceed from, what they contain, how they are created. The theoretical section has been processed by studying of reference books and concrete ethical codes.

The research section is based on analysis of data gained via a questionnaire survey and it tries to find out what kind of knowledge about ethical codes the employees in tourism of Hradec Region have. The target group was constituted by employees of travel agencies, tour operators, accommodation facilities and catering facilities, which are members of professional associations (ACK ČR, AČCKA or AHR ČR). The results have been analysed in connection with the target of the bachelor thesis.

Key words: association, tourism, ethical code, company, image, conduct, employee, rules, social responsibility, subject, significance

Obsah

1	Úvod	1
2	Cíl práce a metodika zpracování	3
3	Literární rešerše	6
4	Teoretická východiska	8
4.1	Etické kodexy a kodexy chování v cestovním ruchu	8
	4.1.1 Pojem „kodex“	10
4.2	Etika a turismus – základní pojmy	11
	4.2.1 Cestovní ruch a etické kodexy	12
	4.2.1.1 Globální kodex etiky v turismu	13
	4.2.1.2 Udržitelný cestovní ruch.....	15
	4.2.2 Manažerská etika a etické kodexy	16
	4.2.2.1 Společenská odpovědnost firem.....	17
	4.2.3 Globalizace a cestovní ruch	18
	4.2.4 Právní regulace cestovního ruchu	19
	4.2.5 Subjekty cestovního ruchu a etické kodexy	20
4.3	Problematika etických kodexů	23
	4.3.1 Smysl a obsah etických kodexů.....	23
	4.3.1.1 Vnitřní členění etických kodexů	24
	4.3.2 Východiska, tvorba a zapojení etických kodexů.....	24
	4.3.3 Závaznost etických kodexů.....	26
	4.3.4 Výhody a nevýhody etických kodexů	26
	4.3.5 Etické kodexy v praxi organizací a firem	27
	4.3.6 Příklady etických kodexů	28
	4.3.6.1 Etický kodex Asociace hotelů a restaurací České republiky	28
	4.3.6.2 Etický kodex Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky.....	29
	4.3.6.3 Morální kodex jednání členů Asociace cestovních kanceláří České republiky.....	30

4.3.6.4	Etický kodex zaměstnanců Správy Krkonošského národního parku.....	31
4.3.6.5	Etický kodex pronajímatele říčních lodí.....	31
4.3.6.6	Shody a rozdíly vybraných kodexů.....	32
5	Empirická část	34
5.1	Význam etických kodexů v cestovním ruchu v Královéhradeckém kraji.....	34
5.1.1	Základní výzkumné otázky	34
5.1.2	Výzkumné předpoklady a hypotézy.....	35
5.1.3	Způsob a průběh šetření.....	37
5.1.4	Soubor respondentů.....	38
5.1.5	Podnikatelské subjekty a etika.....	39
5.1.6	Povědomí o etických kodexech.....	45
5.1.7	Význam etických kodexů pro oblast cestovního ruchu	49
5.1.8	Profesní asociace a etické kodexy.....	59
5.1.9	Etické kodexy tvořené podnikatelskými subjekty.....	64
6	Shrnutí výsledků.....	71
7	Závěry a doporučení.....	75
8	Seznam zdrojů	78
8.1	Knižní zdroje.....	78
8.2	Internetové zdroje	79
9	Seznam zkratk.....	83
10	Seznam objektů	84
11	Přílohy	87

1 Úvod

Etické kodexy velmi úzce souvisí s konceptem společenské odpovědnosti firem, jenž se v současné době stává stále důležitějším. Například z důvodu strategie firmy, její politiky či reklamy. Nástrojem sepsání etických pravidel se pak mohou stát firemní etické kodexy. Etické kodexy však nevydávají pouze firmy, nýbrž také profesní asociace, organizace a to na regionální, národní či mezinárodní úrovni. Etické kodexy se samozřejmě využívají i v oblasti cestovního ruchu – etické kodexy vydala například Asociace hotelů a restaurací České republiky, ale i další profesní asociace. Tyto etické kodexy se většinou hlásí ke Globálnímu kodexu etiky v turismu, který vydala UNWTO.

Etické kodexy v oblasti cestovního ruchu by měly pomoci pozvednout úroveň etiky v oboru i proto, že přesahují rámec právního řádu. Ovšem pojí se s nimi několik úskalí. Především jejich dodržování není právně vyžadováno, jednání podle pravidel v nich stanovených závisí na vůli subjektů. Uvažovat lze pouze v zásadě o smluvní odpovědnosti a důsledků z ní plynoucích (například vyloučení z asociace, ovšem ani členství v asociaci není nezbytné). A dodržování firemních etických kodexů, neexistuje-li smluvní úprava, je vynucováno ještě obtížněji (na zaměstnancích lze smluvně vyžadovat dodržování etických kodexů, například je-li ujednáno v pracovní smlouvě). Dalším problémem pak také bývá nedostatečná informovanost osob, jimž je etický kodex adresován, a jejich postoj k roli etických kodexů. Etické kodexy by se daly považovat za relativně nový trend, proto i možná důvěra lidí v jejich význam nemusí být velká. Avšak jistě se jedná o prostředek, jenž by se mohl pokusit o lepší stav etiky i v oblasti cestovního ruchu, a pokud by byly etické kodexy správně využívány, mohly by být pro pracovníky v cestovním ruchu velmi důležité v rámci jejich práce.

Z analýzy výsledků dotazníkového šetření například vyplývá, že většina respondentů považuje etické kodexy v oblasti cestovního ruchu za důležité. V této oblasti totiž podle některých respondentů existují určité problémy, zejména byly zmiňovány vztahy se zákazníky. Shrnutí určitých pravidel do etického kodexu by mohlo zlepšit stav etiky v oboru, ovšem bylo by nutné zlepšit povědomí o etických kodexech v oboru, neboť kupříkladu 23% respondentů ani nevědělo,

zda podnikatelský subjekt, ve kterém pracují, používá etický kodex. V největší míře poté i podle respondentů brání tvorbě vlastních firemních kodexů právě neznalost možnosti využívat etické kodexy. Další podrobnosti lze nalézt v empirické části této práce.

2 Cíl práce a metodika zpracování

Cílem práce je zjistit povědomí pracovníků v cestovním ruchu o etických kodexech a význam etických kodexů pro ně. Aby bylo možné tento cíl naplnit, je nutné přiblížit etické kodexy jako možný regulační nástroj v oblasti cestovního ruchu. V teoretické části se proto práce široce věnuje problematice etických kodexů v cestovním ruchu. Jsou vymezeny základní pojmy související s tématem, protože je nutné osvětlit pozadí etických kodexů v cestovním ruchu. Nastiňuje se zde vztah etických kodexů a etiky, turismu, právních regulací a několik dalších skutečností. Je uvedeno, jakým způsobem mohou být etické kodexy utvářeny, uváděny do praxe, jaké výhody a problémy se s nimi pojí, jaké etické kodexy v cestovním ruchu existují a jak fungují (co je v nich reflektováno, z čeho vychází).

Aby bylo možné zformulovat relevantní informace důležité pro téma významu etických kodexů pro pracovníky v cestovním ruchu, pracuje autorka samozřejmě s různými materiály. Teoretická východiska se zakládají na studiu odborné literatury a příslušných etických kodexů (ad zdroje). Jsou využity poznatky z odborných knih, internetových stránek věnovaných etickým kodexům (například z internetových stránek UNWTO, ACK ČR, AHR ČR a další) a pro praktickou část byla získána data pomocí dotazníkového šetření od pracovníků v cestovním ruchu.

Je tedy nutné osvětlit problematiku etických kodexů, které možná ještě nejsou v cestovním ruchu natolik známé a propagované. Právě pracovníci v cestovním ruchu by měli ony etické kodexy a jejich myšlenky uvádět do praxe. Díky nim by se zásady obsažené v etických kodexech měly dostávat do popředí a plnit svůj cíl. Proto je zde určitá koherence mezi významem etických kodexů v cestovním ruchu obecně a významem těchto kodexů, jaký jim přisuzují pracovníci v cestovním ruchu.

V empirické části je průzkum významu etických kodexů pro pracovníky v cestovním ruchu na území Královéhradeckého kraje koncipován jako dotazníkové šetření, které si klade za cíl nahlédnout do běžné praxe a vztahu pracovníků v cestovním ruchu (konkrétně z cestovních kanceláří, cestovních agentur, ubytovacích a restauračních zařízení, které jsou členy profesních asociací) k etickým kodexům v cestovním ruchu. Proto byl sestaven dotazníkový formulář, o jehož vyplnění byly vybrané podnikatelské subjekty cestovního ruchu požádány. Charakter prů-

zkumu byl kvantitativní. Jeho cílem bylo zjistit názor pracovníků podnikatelských subjektů cestovního ruchu na etické kodexy a postavení (význam) etiky v oboru. Jelikož nebylo v autorčiných silách zmapovat praktickou roli etických kodexů cestovního ruchu v celé České republice, natož v ještě větším územním celku jako například evropském, zaměřila se autorka na důležitost etických kodexů v cestovním ruchu, kterou představují v Královéhradeckém kraji. To však nic nemění na faktu, že i zde jsou běžní pracovníci v cestovním ruchu a i zde by měly určité etické kodexy působit. Získaná data byla analyzována ve vztahu k výzkumným otázkám a hypotézám. K analýze výsledků bylo kromě interpretace výsledků využito i grafické znázornění.

V závěru práce jsou poznatky shrnuty. Jsou také zformulována doporučení a závěry založené na získaných poznatcích.

K dosažení cíle bylo nutné nalézt odpovědi na následující výzkumné otázky:

1) Jaké etické kodexy v cestovním ruchu existují?

Odpověď je zpracována na základě studia odborné literatury.

2) Jaká pravidla etické kodexy v cestovním ruchu obsahují?

Odpověď je zpracována na základě studia odborné literatury.

3) Vědí pracovníci vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, o existenci etických kodexů?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

4) Přisuzují pracovníci vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji, které jsou zároveň členy ACK ČR, AČC-KA nebo AHR ČR, etickým kodexům v cestovním ruchu praktický význam?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

5) Mají podle pracovníků vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji,

profesní asociace vliv na etické chování svých členů (v souvislosti s etickým kodexem)?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

6) Měly by být podle pracovníků vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, vydávány firemní etické kodexy?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

7) Domnívají se i řadoví pracovníci vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, že by byli zapojeni do tvorby firemního etického kodexu?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

3 Literární rešerše

Myšlenky obsažené ve zdrojích týkající se problematiky etických kodexů se v zásadě shodovaly. Knižní zdroje sloužily k získání obecných poznatků souvisejících s etickými kodexy, z internetových stránek byly využity především poznatky získané z prostudování konkrétních etických kodexů z oblasti cestovního ruchu. Materiálů a informací souvisejících s etickými kodexy v cestovním ruchu je několik, jedná se však o zdroje roztříštěné a nepřiliš obsáhlé, tudíž tato práce obsahuje jakousi syntézu dostupných zdrojů vztahujících se k problematice.

K důležitým zdrojům patřily například následující:

- BERÁNEK, Jaromír. *Provozujeme pohostinství a ubytování*. 1. vydání. Praha: Grada, 2004. 180 s. ISBN 80-86724-02-6

Kniha se věnuje problematice provozu pohostinství, ubytování a souvisejícím tématům, a to komplexně. Kniha může sloužit jako praktický průvodce pro provozovatele pohostinství a ubytování. Lze zde nalézt informace například o požadavcích na provozovny ubytovacích a stravovacích služeb, místních poplatcích, ochraně hostů, bezpečnosti práce, protipožární ochraně nebo nakládání s odpady.

Pro účely této práce byla důležitá kapitola s názvem „Etika v podnikání a etické kodexy“. Poznatky z knihy o etických kodexech byly využity například v kapitole 4.3 této práce k přiblížení problematiky etických kodexů v cestovním ruchu.

- BLÁHA, Jiří a DYTRT, Zdenek. *Manažerská etika*. 1. vydání. Praha: Management Press, 2003. 155 s. ISBN 80-7261-084-8

Kniha obsahuje poznatky o manažerské etice a etice při řízení různých organizací. Věnuje se například též etickému rozhodovacímu procesu, úloze manažerů, etickým kodexům, společenské odpovědnosti podniku a podobně.

V této práci byly využity zejména poznatky z kapitoly „3.3 Etické chování – etický kodex/krédo“, které byly zpracovány například v kapitolách 4.3.3 nebo 4.3.5 této práce.

- PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus. 1. vydání. Praha: Grada, 2011. 221 s. ISBN 978-80-247-3750-8

Kniha, která zachycuje velkou dynamičnost oblasti cestovního ruchu. Zabývá se cestovním ruchem v mezinárodním pojetí, proto zde lze nalézt například informace o regionech světového turismu, subjektech mezinárodního cestovního ruchu, aktivitách UNWTO a mnoho dalšího.

V práci byly využity především poznatky o Globálním kodexu etiky v turismu. V knize se například uvádí, že právní vymahatelnost tohoto kodexu je nulová. To je samozřejmě pravda a automaticky jeho dodržování vymáhat nelze, ovšem pokud by se vzala v úvahu například implementace kodexu národními asociacemi do kodexu asociací a vynucování dodržování kodexu na členech nebo smluvní úprava dodržování, není vymahatelnost nulová. To lze demonstrovat na příkladu Etického kodexu AHR ČR.

- ZELENKA, Josef a PÁSKOVÁ, Martina. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vydání. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2

Komplexně a přehledně zpracované množství hesel souvisejících s cestovním ruchem. Jedná se o jedinečné dílo reflektující i aktuální trendy v oboru.

V této práci kniha pomohla k vysvětlení několika pojmů (například pojmu „cestovní ruch“) a osvětlení dalších jednotlivých problémů.

- ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. Etický kodex. *Asociace hotelů a restaurací ČR* [online]. Praha, 2006 [vid. 2014-05-06]. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/cz/eticky-kodex>

Jedná se o webovou stránku AHR ČR, kde je zveřejněn etický kodex této asociace. Jako další konkrétní příklady etických kodexů v oblasti cestovního ruchu obsahuje etická pravidla z oboru.

V této práci byla stránka a jí podobné využity k popisu etických kodexů, pravidel v nich obsažených, uvedení příkladů.

4 Teoretická východiska

Nejprve je přiblížena problematika etických kodexů v cestovním ruchu (kapitola 4.1), od čehož se pak odvíjí další kapitoly. Osvětlení a vymezení několika základních pojmů v kapitole 4.2 by poté mělo usnadnit pochopení další části práce věnované etickým kodexům v kapitole 4.3. Teoretická část by měla pomoci pochopit, jaký význam etické kodexy pro pracovníky v cestovním ruchu mohou mít.

4.1 Etické kodexy a kodexy chování v cestovním ruchu

Proč vůbec etické kodexy adresované pracovníkům v cestovním ruchu mají vznikat? Podle Beránka (2004: 107) je *„etický kodex nástrojem, který pomáhá zajišťovat, aby každodenní aktivity firmy (asociace firem, profesní organizace atd.) a jednání všech zaměstnanců (členů) odpovídalo stanoveným zásadám. Jde o soubor konkrétních pravidel, která vycházejí z principů a hodnot organizace, vymezují určitý standard profesionálního jednání a jsou součástí firemní politiky.“*

Podle Kuldové (2010: 109 – 110) etické kodexy stále hojněji pomáhají při etickém řízení. Veřejnost totiž vyvíjí tlak na odpovědné chování a firmy si to uvědomují. Etický kodex by prý neměl být příliš krátký (kvůli riziku dojmu nezájmu) ani příliš dlouhý (kvůli riziku nesrozumitelnosti).

Podle Beránka a Kotka (2003: 57) pochází myšlenka etických kodexů z anglosaské společnosti.

Beránek (2004: 107) uvádí, že *„vypracované etické kodexy mají formu písemného dokumentu.“*

Podle vydavatele se dají etické kodexy i v cestovním ruchu roztrždit do určitých skupin. Podle Bláhy a Dytrta (2003: 98 – 99) existují profesní kodexy, kodexy upravující problematiku činnosti hospodářských sdružení a různé firemní kodexy. Kuldová (2010: 109) zmiňuje třídění pouze na dva druhy – podnikové a profesní. Firemní kodexy by se mohly v cestovním ruchu týkat například cestovních kanceláří, hotelů, hotelových řetězců, dopravních společností a samozřejmě pracovníků v těchto společnostech a pracovníkům by mohly být z hlediska tvůrce nejbližší.

Podle Beránka (2004) jsou podnětem k přijetí a využívání etických kodexů především důvody jako zlepšení pracovní atmosféry, snaha zaujmout zákazníka, promítnutí obrazu specifické formy podnikání v cestovním ruchu, nastolení korektnějšího prostředí v podnikání, snaha více se odlišit od konkurence a prosazování udržitelného cestovního ruchu.

Zelenka a Pásková (2012: 265 – 266) uvádí, že označení „etický kodex“ a „kodex chování“ mají v podstatě stejný význam, kodexy chování však mohou mít kromě etických kodexů podobu i dokumentů, prohlášení, deklarácí a podobně, nemusí nést výslovně název „etický kodex“. Tyto dokumenty jsou etickým kodexům podobné, také se týkají etiky, ale tato práce se zabývá předně etickými kodexy, proto těmto ostatním formám uchopení etické problematiky, jako jsou například deklaráce, není věnována přílišná pozornost.

Z informací, které uvádí Palatková (2011), vyplývá, že etické kodexy vyskytující se v oblasti cestovního ruchu jsou adresované subjektům pohybujícím se v této oblasti, tedy manažerům, pracovníkům v cestovním ruchu, jejich klientům. Doporučení se ale mnohdy týkají i rezidentů. Mohou být velmi důležité (vždyť například Globální kodex etiky v turismu přijala respektovaná mezinárodní organizace UNWTO, jež spadá pod OSN), avšak spíše z hlediska obsahu, nikoli účinnosti, neboť jejich obsah nebývá právně vynutitelný. Smysl je tedy spíše pouze deklaratorní a vyjadřující určité morální zásady v cestovním ruchu. Vše je z větší části závislé na ochotě a vůli subjektů.

Kromě Globálního kodexu etiky v turismu (schváleného UNWTO roku 1999 v Chile) existují na mezinárodní úrovni etické kodexy nadnárodních asociací, například Kodex pro hotely a cestovní kanceláře (vydaný roku 2000 v Paříži, viz International hotel & restaurant association, 2006). Dále cestovní ruch v mezinárodním měřítku ovlivňují i jiné typy dokumentů, než jsou etické kodexy, podle Krause (2006) například Charta udržitelného cestovního ruchu (vydaná roku 1995 na Lanzarote), Djerbská deklarace o cestovním ruchu a klimatických změnách z roku 2003, podle Kubáska (2012) Podnikatelská charta pro udržitelný rozvoj z roku 1990, podle Pincové (2008) Mezinárodní charta kulturního turismu vydaná roku 1976 v Bruselu a mnohé další.

Jak uvádí Zelenka a Pásková (2012: 147), obzvláště zajímavou oblastí se zabývají návrhy etických kodexů, které jsou zaměřeny na velmi specifické desti-

nace jako Arktida, Antarktida či Himaláje. Ostatně s tím souvisí již výše zmíněná environmentální etika.

Etickými kodexy s působností v České republice jsou například Etický kodex AHR ČR (Asociace hotelů a restaurací ČR, 2006), Etický kodex svazu obchodu a cestovního ruchu ČR (Valná hromada Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, 2011), společnost České aerolinie a. s. využívá Kodex řádné správy a řízení společností založený na principech OECD (České aerolinie a.s., 2011), AČCKA vydala Etický kodex člena (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur, 2012), Česká barmanská asociace má též svůj kodex (Česká barmanská asociace, 2008) a Svaz měst a obcí České republiky se hlásí ke Globálnímu kodexu etiky v turismu (Svaz měst a obcí České republiky, 2010).

Etický kodex má také mnoho městských a podobných úřadů, například město Vyškov se řídí Etickým kodexem zaměstnanců města Vyškov (Městský úřad Vyškov, 2007), což však s cestovním ruchem souvisí pouze nepřímo. Z těchto regionálních etických kodexů lze pak dále jmenovat například Etický kodex zaměstnanců kraje Vysočina (Kadlec, 2012).

Jak uvádí Správa Krkonošského národního parku (2014), i ona má svůj etický kodex. Je v něm vymezeno, jak se mají chovat zaměstnanci Správy Krkonošského národního parku.

Velmi zajímavým kodexem a i hojně používaným v praxi je tzv. ITQ kodex. Podle Etics ITP (2010) se však nejedná o etický kodex, ale o kodex kvality, který se zabývá pojištěním profesní odpovědnosti. Pro jeho důležitost je však vhodné ho zmínit. V praxi se s ním pracovníci cestovního ruchu setkávají. Pod písmeny ITQ se skrývá název „international travel quality“, v překladu znamenající „mezinárodní kvalita cestování“. Jedná se o velmi specifický případ kodexu, jenž funguje při vyřizování reklamací. Tvoří ho tabulka, postavená na základech Frankfurtské tabulky slev. Tím podporuje sjednocování standardů při reklamacích a ochraně zákazníků v Evropě.

4.1.1 Pojem „kodex“

Podle Linhart (2004: 195- 196) v zásadě představuje samotné slovo

„kodex“ sbírku rukopisů, dokumentů nebo zákoník.

Podle Semrádové (2012: 101 – 102) však další specifikací slova „kodex“ mohou vzniknout profesní etické kodexy, které přirozeně vychází z podstaty povolání. Tyto kodexy ovlivňuje skutečnost, že existuje vztah „toho, co je“ a „toho, co má být“. Na jedné straně podle ní tedy stojí realita a opravdový stav, na straně druhé představa o tom, co by bylo ideální, správně, nutné, etické, jak by se pracovníci v cestovním ruchu měli chovat. Nepochybně jsou tyto úvahy důležité pro budoucnost a další vývoj (nejen) profese. Od profesních ani jiných etických kodexů nelze očekávat naprosté vyřešení problémových oblastí praxe, ovšem vždy jsou alespoň snahou o nasměrování osob k morálně a eticky správnému chování, ačkoli musí čelit tlakům ze svého okolí, ekonomickým, politickým a dalším podobným.

4.2 Etika a turismus – základní pojmy

Etika a především etická pravidla jsou samozřejmě důležitá i v turismu. Jak uvádí například Pásková (2014), je třeba, aby byla zachována trvalá udržitelnost, nebyli příliš obtěžováni místní obyvatelé destinací, všechna jednání subjektů byla korektní, byly brány ohledy na životní prostředí, aby byly dodržovány určité standardy. Etika se samozřejmě týká i pracovníků v cestovním ruchu, jejich pracoviště a podobně, čemuž se věnují i jednotlivé články etických kodexů (viz např. Asociace hotelů a restaurací ČR, 2006).

V současné společnosti se mluví především o ekonomice. Podle Beránka (2004) ovšem ani etika není zanedbatelná a dokonce je považována i za součást ekonomiky, neboť etika má být jejím základem pro prosperitu ve společnosti. Beránek (2004: 107) říká, že *„v současné světové ekonomice jsou úspěšnější ty společnosti, které ve stále sílící konkurenci v globalizované ekonomice reagují na nové skutečnosti, využívají nových informací a inovací a zaměřují se na progresivní perspektivní rozvoj. V poslední době se do tohoto výčtu aktivit a potencionálních konkurenčních výhod zařadily etické postoje v podnikatelské praxi, spočívající v provádění takové politiky, která podporuje trvalý rozvoj, zajišťuje soulad mezi sociálními a ekonomickými cíli podnikání.“*

Pro oblast, kterou se tato práce zabývá, existuje několik základních důležitých slov a pojmů, které je nutno v souvislosti s etickými kodexy v cestovním ruchu vymezit. Jsou jimi především etika, cestovní ruch, etický kodex, globalizace, subjekty cestovního ruchu a další. Tyto termíny samozřejmě mají svůj význam již samy o sobě, ale nepochybně jsou i navzájem provázány a souvisí spolu, ovlivňují se. Proto je třeba uvažovat v širším měřítku a pro lepší rozvoj cestovního ruchu přemýšlet v souvislostech. Nelze požadovat etická morální pravidla, která vychází z konceptu společenské odpovědnosti firem, po pracovnících, aniž by nebyla určitým způsobem zveřejněna a propagována. Určitá pravidla je třeba mít stanovená. K tomu mohou pomoci i etické kodexy. A aby se vytvořil určitý mezinárodní standard, hned nastává souvislost s globalizací. Nyní ale již k oněm několika pojmům a jejich vztahu k etickým kodexům.

4.2.1 Cestovní ruch a etické kodexy

Ačkoli existuje několik mírně odlišných definic toho, co je cestovní ruch, podstatu mají více méně stejnou. Jedná se o aktivitu, která je velmi pružná a vyvíjí se. Kloubí se v ní podnikání s možností, nebo možná spíše nutností, regionálního a dalšího rozvoje. Jak uvádí Zelenka a Pásková (2012: 83), cestovní ruch je *„komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či jiným účelem, i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami pro tyto cestující osoby včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“*. Podle Zelenky a Páskové (2012) tato definice zohledňuje komplexní rovinu cestovního ruchu, na rozdíl od definice UNWTO. Ta podle nich funguje více staticky, nikoli jako výše uvedená definice, která zohledňuje analytickou koncepci cestovního ruchu. Uznává totiž, že cestovní ruch se netýká pouze účastníků cestovního ruchu, nýbrž i poskytovatelů služeb cestovního ruchu, destinací a tranzitních destinací. Rozlišují se druhy cestovního ruchu

(například domácí a zahraniční, krátkodobý a dlouhodobý) a formy cestovního ruchu (například rekreační, poznávací, socio-profesní a podobně). Cestovní ruch nepochybně může mít mnoho účinků na lidi, například kultivační, vzdělávací a další. Je dobré, pokud kupříkladu poznávání cizích kultur přispívá k větší toleranci k cizím prvkům. V posledních letech se stále více i v tomto oboru dává důraz na etiku, například jako součást strategie hotelů nebo cestovních kanceláří. Tyto subjekty by se měly snažit působit důvěryhodně, vytvářet dobré pracovní podmínky pro své zaměstnance, což souvisí s konceptem společenské odpovědnosti firem. Proto se začala určitá základní pravidla formulovat mimo jiné do etických kodexů (často vydávaných profesními asociacemi). Z hlediska světového je významný Globální kodex etiky v turismu od UNWTO.

4.2.1.1 Globální kodex etiky v turismu

Podle Palatkové (2011: 153) je nejglobálnější a z hlediska světového udržitelného turismu nejpodstatnějším etickým kodexem Globální kodex etiky v turismu. V angličtině se nazývá Global Code of Ethics for Tourism. V češtině se lze také setkat s pojmenováním „Globální etický kodex cestovního ruchu“ (Zelenka a Pásková, 2012) a podobně, vždy se ale pod těmito názvy skrývá důležitý dokument UNWTO, jehož hlavním cílem je pomoci prosadit udržitelný cestovní ruch. Jeho přijetí bylo podle Palatkové (2011) potřebné i vzhledem k faktu, že cestovní ruch má stále více účastníků a ochrana nejen životního prostředí je potřebná.

Jak uvádí například Svaz měst a obcí České republiky (2010), tento kodex byl schválen Světovou organizací cestovního ruchu v říjnu roku 1999 a v prosinci 2001 byl přijat jako rezoluce Valným shromážděním Světové organizace cestovního ruchu, a to na v pořadí třináctém zasedání.

Podle Palatkové (2011: 153) se „*jedná o obsažený souhrn morálních pravidel a principů, jež by měli dodržovat jednotliví ‚akcionáři‘ (stakeholders), jichž se turismus v destinaci nějakým způsobem dotýká a k nimž patří rezidenti, návštěvníci, vlády, mezinárodní organizace, místní firmy, nadnárodní společnosti, neziskové společnosti, společnosti pro destinační řízení a další.*“ Okruh subjektů, jimž je kodex adresován, je tedy poměrně široký.

Podle Svazu měst a obcí České republiky (2010) je Globální kodex etiky v turismu známý též v oblasti cestovního ruchu v České republice. Mnoho zdejších organizací kodex začlenilo do svých vizí a dokumentů. Na žádost Ministerstva pro místní rozvoj ČR se snaží Svaz měst a obcí ČR o informování o kodexu a jeho distribuci mezi co nejvíce subjektů.

Podle UNWTO (2005) Globální kodex etiky v turismu obsahuje úvodní ustanovení a 10 článků, které se týkají principů v cestovním ruchu a implementace kodexu do praxe. V úvodním ustanovení je řečeno, k čemu se kodex hlásí, z čeho vychází, jaké jsou jeho ideje, poukazuje na různé skutečnosti. Proto se zde lze například dočíst, že se vkládá důvěra do cestovního ruchu, protože může prostřednictvím setkávání kultur pomoci porozumění mezi národy. Zároveň je kodex veden myšlenkou udržitelného a odpovědného cestovního ruchu. Je v něm uvedeno, že *„všichni účastníci rozvoje cestovního ruchu – národní vlády, regionální a místní samosprávy, podniky, obchodní asociace, pracovníci tohoto sektoru, nevládní organizace a orgány všech druhů patřící k průmyslu cestovního ruchu, jakož i hostitelské komunity, média a sami turisté mají různé, i když vzájemně závislé odpovědnosti v rámci individuálního a společenského rozvoje cestovního ruchu.“* Všeobecně se tento kodex nese v duchu podpory takového cestovního ruchu, který by přispěl ke kladnému rozvoji společnosti. Tvrdí, že se hodlá zasadit o návaznost na Manilskou deklaraci o světovém cestovním ruchu z roku 1980 a Manilskou deklaraci o společenských dopadech cestovního ruchu z roku 1997, na Chartu cestovního ruchu a na Kodex turisty. Přislubuje právo volného pohybu v cestovním ruchu. Též zmiňuje několik mezinárodních dokumentů (deklarací, dohod apod.), na jejichž nástroje odkazuje. Desatero článků se poté konkrétněji věnuje následujícím tématům:

1. *„Podíl cestovního ruchu na vzájemném porozumění a respektování národů a společností“*
2. *„Cestovní ruch jako nástroj individuálního a kolektivního uspokojení“*
3. *„Cestovní ruch jako faktor udržitelného rozvoje“*
4. *„Cestovní ruch jako aktivita využívající kulturního dědictví lidstva a přispívající k jeho zdokonalení“*
5. *„Cestovní ruch, prospěšná aktivita pro hostitelské země a komunity“*
6. *„Závazky účastníků rozvoje cestovního ruchu“*

7. „Právo na turistiku“
8. „Svoboda pohybu turistů“
9. „Práva pracovníků a podnikatelů v oblasti průmyslu cestovního ruchu“
10. „Aplikace principů Globálního etického kodexu cestovního ruchu.“ (UNWTO, 2005)

Jak tedy uvádí UNWTO (2005), pracovníkům v cestovním ruchu se nejvíce věnuje 9. článek. V něm se mimo jiné říká, že jejich práva by měla být zaručována se speciální péčí za účasti národních vlád a místních samospráv. Pracovníkům v cestovním ruchu by se mělo dostat potřebného školení a sociální ochrany. Dostatečně vzdělaní a zkušení pracovníci mají mít právo rozvíjet svou činnost v oblasti cestovního ruchu. Podporována by měla být výměna zkušeností mezi pracovníky z různých zemí. Nadnárodní společnosti by neměly zneužívat své dominantní pozice na trhu cestovního ruchu, ale naopak mají podporovat svou činností udržitelný cestovní ruch.

4.2.1.2 Udržitelný cestovní ruch

Podle Páskové (2014) reaguje koncept udržitelného cestovního ruchu na fakt, že vliv cestovního ruchu nemusí být pouze příznivý. Negativními účinky dle ní bývají například dopad turismu na místní obyvatelstvo v destinaci, nerespektování konceptu únosné kapacity destinace, drastické zásahy do krajiny (hotelovými komplexy apod.), nepřírozené prezentování tradic atd. Na tyto problémy se snaží udržitelný cestovní ruch reagovat a využívá destinační management, nebo se objevují trendy jako geoturismus a další. Proto tento koncept nemusí ani pro podnikatele představovat problém, ale spíše výzvu.

Tento relativně nový koncept reflektují i některé etické kodexy v cestovním ruchu. Nutnost udržitelného rozvoje a udržitelného cestovního ruchu se objevuje například v Globálním kodexu etiky v turismu (UNWTO, 2005) nebo v Etickém kodexu AHR ČR (AHR ČR, 2006). Etické kodexy tedy mohou vyvíjet snahu o vliv na pracovníky v cestovním ruchu i v ohledu udržitelného cestovního ruchu.

4.2.2 Manažerská etika a etické kodexy

Podle Linharta (2004) je etika sama o sobě rozsáhlou oblastí názorů a postojů, které se vztahují k mravnosti, morálním pravidlům a morálce obecně.

Podle Bláhy a Dytrta (2003: 15 – 51) pochází název „etika“ ze starořečtiny, ze slova „éthos“. Etika je nejčastěji spojována s morálkou a mravností. Dá se říci, že etika je naukou o morálce. Podle výše zmíněných autorů se může zdát, že etika se snaží odlišit, co je dobré a co zlé. Samozřejmě se jí zabývalo mnoho filozofických směrů, například utilitarismus, a filozofů, například Aristoteles či Immanuel Kant. Důležitými pro etiku a správné morální chování lidí jsou hodnoty, lidská práva a náboženství. V posledních době se výrazněji mluví o manažerské etice a etice v podnikání, čímž se vlastně spojuje (kdysi) zdánlivě nesouvisející etika a podnikání. Cílem je vpravit zásady etiky a morálky do oblasti podnikání a pracovní sféry.

Jak uvádí Zelenka a Pásková (2012: 145), v oblasti cestovního ruchu se také mluví o tzv. environmentální etice. Tento druh etiky studuje mravní vztahy a přístupy lidí k přírodě, životnímu prostředí a podobné záležitosti.

V návaznosti na Bláhu a Dytrta (2003: 98 – 108) lze prohlásit, že i v cestovním ruchu je třeba jednat eticky, podle pravidel a na určité úrovni. Etika a potřeba etického jednání se v cestovním ruchu neobjevuje pouze v jedné podobě, nýbrž v několika úrovních. Je třeba, aby byla dodržována pravidla v jednání zaměstnavatele se zaměstnanci v organizacích (asociacích) a firmách (například cestovních kancelářích), mezi zaměstnanci navzájem, mezi firmami a organizacemi, mezi klienty a pracovníky, ale zároveň je nutné, aby byly brány ohledy i na životní prostředí a podobně. To vše je možné promítnout do psaných etických kodexů, které shromažďují informace pro korektnější chování.

Jak uvádí Palatková (2013: 106 – 111), etické chování firem závisí mimo jiné na firemní kultuře. Firemní kultura se odvíjí od povahy firmy, jejích zvyků, hodnot a atmosféry, která v ní panuje. Navenek lze podle ní firemní kulturu projevat například firemním designem. Firemní kultura, firemní design a produkty dohromady tvoří firemní identitu, která hraje roli v tom, jak lidé organizaci vnímají. Formuje to její image. Image firmy utváří také například jednání zaměstnanců, účast v programech souvisejících se společenskou odpovědností, cenová politika a další.

4.2.2.1 Společenská odpovědnost firem

Podle Kunze (2012) se koncept společenské odpovědnosti firem rozvíjí již několik desítek let. Jedněmi z teoretiků, kteří se tímto konceptem zabývali, byli například Howard R. Bowen a Archie B. Carroll. Společenská odpovědnost firem je také známá pod zkratkou CSR, která je odvozena z anglického spojení „Corporate Social Responsibility“. Existuje mnoho definic, které jsou v základě podobné. V naprosté většině variantních definic se však prý objevují environmentální, sociální a ekonomická oblast, stakeholderi a princip dobrovolnosti. Dále Kunz uvádí, že jako „stakeholderi“ jsou označováni všichni lidé, kteří působí na chod firmy. Mohou být primární (ti mají podstatnější vliv na firmu – například zaměstnanci a zákazníci) a sekundární (jimi jsou různé zájmové skupiny, vláda a další). Kunz také tvrdí, že společenská odpovědnost firem stojí na třech pilířích – ekonomickém („profit“), sociálním („people“) a environmentálním („planet“). Jejich propojením lze usilovat o trvalou udržitelnost. Do ekonomické oblasti patří například problematika etického chování zaměstnanců, transparentnosti firmy, vztahů s dodavateli a zákazníky. V sociální oblasti se koncept vyrovnává s vytvářením pracovních podmínek zaměstnanců, ochranou a bezpečností zdraví při práci, podnikovým klimatem. Environmentální oblast začleňuje do konceptu CSR například omezování nepříznivých vlivů na životní prostředí, možnost ekologické politiky firem či investování do technologií, které jsou šetrné vůči životnímu prostředí. Společensky odpovědné firmy si uvědomují nejen svá práva, ale také povinnosti vůči okolnímu světu. Proto se snaží i nad rámec povinností, které jim ukládá platný právní řád, přispívat dobrovolně chováním svým a svých zaměstnanců ke zkvalitnění životů a životního prostředí. Nezbytná je angažovanost firem, aktivní spolupráce všech zúčastněných subjektů, trpělivost (neboť se jedná o záležitost na delší čas). Na větší společenskou odpovědnost firem je vyvíjen tlak z důvodu rozsáhlejší informovanosti zákazníků, většího počtu nadnárodních firem, jejichž chování má dopad na životní prostředí a podobně. K politice CSR však firma může přistoupit i z důvodu vlastního etického přesvědčení nebo i kvůli tvorbě lepší reputace firmy.

Podle Kuldové (2010: 108 – 109) bývá strategie CSR do praxe uváděna pomocí „nástrojů podnikatelské etiky“. Těmito nástroji jsou především etické kodexy,

sociální a etické audity, vzdělávání v této oblasti a tréninky etického chování, příkladné vedení – tzv. „etický leadership“. Etické kodexy jsou tedy důležitým prostředkem k CSR.

V cestovním ruchu se koncept objevuje několika způsoby. Jak uvádí Zelenka a Pásková (2012), určité hotely se snaží, aby jejich provoz byl s co nejnižšími dopady na životní prostředí (viz green management), aby se rozvíjel trend ekoturismu, letiště dávají snadnou možnost přispět na dobročinné akce přímo v jejich areálu. Dále se usiluje o menší zatěžování místních komunit vlivem cestovního ruchu, k čemuž pomáhá destinační management.

Například CK Fischer (2015b) považuje za předpoklad úspěchu odpovědné chování: *„V Cestovní kanceláři FISCHER je vzhledem k našim zaměstnancům samozřejmostí striktní dodržování lidských práv a pracovních standardů. Jsme velmi rádi, že díky tomu jsou jednak naši zaměstnanci loajální a jednak naše postavení na trhu cestovního ruchu stabilní.“*

4.2.3 Globalizace a cestovní ruch

Globalizace je v posledních letech stále zmiňovanějším slovem. Podle Zelenky a Páskové (2012: 183) se jí myslí proces, při němž je svět stále propojenější a stává se důležitější globální pojetí problémů, tedy celosvětové. Jsou s ním spojeny dopady kladné stejně jako záporné. Díky tomuto procesu lze například získat některé totožné produkty v různých částech světa, tím ale také dochází k upozadění původní domácí produkce.

I podle Dlouhé, Dlouhého a Mezřického (2006: 12 – 16) má globalizace své výhody i nevýhody. Jako klady uvádí například ekonomický růst v zemích, které dříve patřily mezi rozvojové (Jižní Korea a podobně), posilování významu mezinárodních organizací jako je Evropská unie, Sdružení národů jihovýchodní Asie (ASEAN) a podobně, větší objem zboží, s nímž se dá obchodovat globálně nebo též přímé investice. Zápolem však jsou podle nich kupříkladu špatná kontrola transferů finančních kapitálů, vznik nerovností. Nadnárodní společnosti mohou využít málo přísnou legislativu v oblasti životního prostředí v určitých zemích a obohatit se díky jejich přírodním zdrojům, aniž by myslely na důsledky pro tamní

životní prostředí. Globalizace vede též ke změnám ve společnosti, neboť se setkávají různé kultury. Také existují globální problémy, které mohou být pro lidstvo velkou hrozbou. Podle výše zmíněných autorů jsou jimi především globální oteplování, odlesňování, vyčerpávání vodních zdrojů, znečišťování moří a oceánů, ohrožování jejich biodiverzity. Spolu se světovou chudobou, konflikty ve světě, hrozbou pandemií a podobnými riziky tvoří znepokojující obrázek možného budoucího vývoje. Nicméně i přesto, že uvedené problémy nejsou nepodstatné, nabízí se díky globalizaci i příležitosti pro celosvětový rozvoj.

Rolný a Lacina (2008: 132) uvádí, že *„v současném procesu ekonomické globalizace nabývá na důležitosti zejména kulturní kontext, ve kterém se každá ekonomika realizuje. Tradice, zvyky, obyčeje, mravy, náboženství, to vše vytváří identitu prostředí a ovlivňuje chování a jednání každého obchodníka a podnikovou kulturu každé firmy.“*

Jak uvádí například Zelenka a Pásková (2012: 242), mnoho věcí je v současné době používáno mezinárodně či s mezinárodní platností. Jako příklad lze zmínit mezinárodní certifikaci ISO (například ISO 9000), která stanovuje standardy, jež by mohly být platné celosvětově.

A pak také podle Zelenky a Páskové (2012: 592 – 593) existují mnohé úmluvy států a mezinárodních organizací, které působí v mnoha zemích světa a státy jsou povinny úmluvy a další právní akty implementovat do svých právních řádů. Mnoho úmluv je vydáno například v oblasti mezinárodního práva životního prostředí.

Na příkladu AHR ČR (Asociace hotelů a restaurací ČR, 2006) lze demonstrovat, že mezinárodně působí i již zmíněný Globální kodex etiky v turismu, od něhož se odvíjí i mnohé etické kodexy na národních úrovních.

Dalším prvkem globalizace v cestovním ruchu také je, že se podle Zelenky a Páskové (2012) profesní asociace národní úrovně sdružují do nadnárodních a světových asociací a organizací.

4.2.4 Právní regulace cestovního ruchu

Podle Petráše (2013) se právní řád a jeho právní normy nejen v České re-

publice samozřejmě týkají i cestovního ruchu a pracovníků v něm. Zákony jsou povinny všechny fyzické či právnické osoby bez rozdílu dodržovat pod hrozbou určitých sankcí. Právní úprava, která s cestovním ruchem souvisí, se podle Petráše nalézá zejména v občanském zákoníku (zákoně č. 89/2012 Sb.), podle něhož se uzavírá například smlouva o zájezdu, a zákoně č. 159/1999, o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Pracovníků v cestovním ruchu se samozřejmě velmi týká pracovní právo v čele se zákonem č. 262/2006 Sb., zákoníkem práce. Pracovní právo je z hlediska výkonu práce pro pracovníky zásadní, nachází se zde i základní úprava problematiky bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Dále také podle výše zmíněného autora existují mnohé směrnice Evropské unie, kupříkladu směrnice Rady č. 90/314/EHS ze dne 13. června 1990 o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy, které členské státy EU musí implementovat do svých právních řádů.

V návaznosti na Zelenku a Páskovou (2012: 528 – 529, 593) nelze opomenout ani mezinárodní smlouvy a úmluvy, k jejichž dodržování se zúčastněné státy zavazují, například Úmluvu o mezinárodním civilním letectví ze dne 7. prosince 1944.

Podle Kunze (2012) si etické kodexy i zákony a směrnice kladou za cíl ovlivnit chování lidí a jejich vztahy. Legislativa je vymáhána státem, u etických kodexů tomu tak není a jejich dodržování bývá upraveno pouze smluvně. Ale zatímco zákony stanovují pouze základní práva a povinnosti, etické kodexy jdou morálně dál a dávají normám chování jiný rozměr.

4.2.5 Subjekty cestovního ruchu a etické kodexy

Podle Ministerstva zemědělství (2013) se pohybuje v cestovním ruchu několik aktérů. Předně by se daly rozdělit mezi ty subjekty, které zprostředkovávají a poskytují služby a produkty a ty, které je kupují. Existují tedy jakési dvě skupiny, subjekty, které se podnikatelsky či jinak angažují v cestovním ruchu, a jejich klienti.

Podle Palatkové (2011: 35 – 37) se vyskytují v cestovním ruchu na straně zprostředkovatelů a poskytovatelů cestovní kanceláře, cestovní agentury, hotely

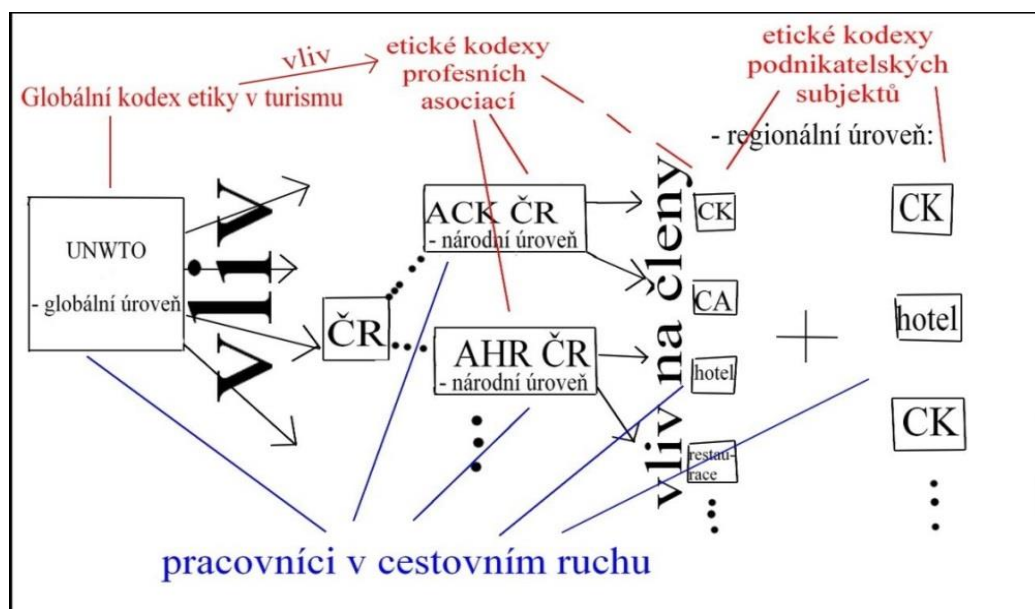
a hotelové řetězce, restaurační zařízení, zprostředkovatelé dopravy a mnohé další. Tyto subjekty lze zařadit mezi podnikatelské. Jejich klienti bývají účastníky cestovního ruchu. Dalšími podstatnými subjekty jsou samozřejmě i destinace a jejich rezidenti.

Objevují se však také subjekty, které nejsou vysloveně podnikatelské, neprodávají klientům produkty, ani nic nekupují, ale jsou také důležité. Jsou jimi různé organizace, agentury, asociace a sdružení, jejichž členy bývají právě podnikatelské subjekty. Asociace se v České republice nejčastěji označují za „*občanské sdružení, profesní a nepolitickou organizaci*“ (Asociace hotelů a restaurací ČR, 2014), „*české profesní sdružení subjektů cestovního ruchu*“ (Asociace českých cestovních kancelářích a agentur, 2008) a podobně. Jedná se tedy o občanská sdružení, v nichž je členství dobrovolné. Asociace jsou pro své členy výhodné například tím, že jim poskytují různé informace, pořádají pro ně školení nebo jim přibližují legislativu v oblasti cestovního ruchu. Tím pomáhají i pracovníkům v cestovním ruchu, neboť právě oni stojí za prací v cestovních kancelářích, hotelech a dalších subjektech cestovního ruchu. Proto se etické kodexy vydané pro členy asociací týkají i pracovníků v cestovním ruchu. Podle Pechance (2011) fungují Asociace v cestovním ruchu v České republice pro mnoho oblastí cestovního ruchu – své asociace mají hotely a restaurace, cestovní kanceláře a agentury, turistická informační centra, průvodci, ale například také muzea a galerie, wellness a další.

Velmi zajímavou součástí dokumentů asociací jsou etické kodexy, které asociace vydávají pro své členy (např. Asociace hotelů a restaurací ČR, 2006). V nich jsou obsažena etická pravidla chování, která mají členové povinnost dodržovat. Podle Bláhy a Dyrtra (2003: 108 – 110) sice etické kodexy primárně nejsou právně vymahatelné, ovšem členům hrozí při nedodržování kodexu vyloučení z asociace.

Podle Palatkové (2011: 35 – 37) lze v podnikatelských subjektech, organizacích a podobně nalézt jakési „*dílčí subjekty*“, jimiž jsou zaměstnanci a manažeři, tedy pracovníci cestovního ruchu. Pracovníky v cestovním ruchu jsou zaměstnanci a manažeři cestovních kancelářích, cestovních agentur, hotelů, penzionů, kempů, restaurací, dopravních firem, turistických informačních center, ale i památkových objektů a dalších podobných zařízení a lidé poskytující průvodcovské služby.

Jak uvádí Zelenka a Pásková (2012: 657 – 691), důležitými organizacemi jsou například United Nations World Tourism Organization (UNWTO, specializovaná agentura OSN), United Federation of Travel Agents' Associations (UFTAA), International Hotel & Restaurant Association (IHRA), Association of Destination Management Executives (ADME) na mezinárodní úrovni, v České republice poté kupříkladu Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (AČCKA), Asociace cestovních kanceláří České republiky (ACK ČR), Asociace hotelů a restaurací České republiky (AHR ČR), Asociace turistických informačních center České republiky (A.T.I.C.) a další. Aktéři cestovního ruchu hrají nepochybně zásadní roli. A na nich samozřejmě závisí, zda kodexy a v nich obsažené standardy budou dodržovány, tedy zda budou plnit svůj smysl, nebo nebudou. Ačkoli by se mohlo zdát, že největší vliv mají ze subjektů cestovního ruchu mezinárodní organizace, tak je vše relativní a možná budou lépe uplatnitelná pravidla vydaná regionálními organizacemi, která mají šanci být mnohem konkrétnější a více vhodná pro daný region, tedy i efektivnější. Podnikatelské subjekty by se neměly orientovat pouze na svou výtěžnou činnost, ale mohly a měly by myslet i na svou společenskou odpovědnost, uvádět správné informace (například o vybavení hotelu), zaměstnávat kvalifikované pracovníky, aplikovat green management. Jak již bylo řečeno, mnoho z těchto myšlenek se dá shrnout i do etických kodexů.



Obr. 1: Subjekty cestovního ruchu a etické kodexy

Zpracováno podle: UNWTO (2005), Asociace hotelů a restaurací ČR (2006), Asociace cestovních kanceláří ČR (2011), CK Tilia (2010)

4.3 Problematika etických kodexů

4.3.1 Smysl a obsah etických kodexů

Jak uvádí Správa Krkonošského národního parku (2014), význam etických kodexů lze samozřejmě spatřovat v jejich nejzákladnějším smyslu, a to postoji k etice při pracovní činnosti. To dokládá například článek 14 odstavec 3. Etického kodexu zaměstnanců Správy Krkonošského národního parku: *„Respektování zásad etiky je věcí profesionální cti zaměstnance Správy. Bez jejich dodržování a dodržování Etického kodexu nelze dostát profesionální povinnosti zaměstnance Správy“*.

Podle Bláhy a Dytrta (2003) lze smysl pro činnost pracovníků v cestovním ruchu sledovat v tom, že mají za cíl posílení loajality a důvěry zaměstnanců a členů, budování moderního a transparentního podniku a prostředí. Mohou podniku pomoci vyrovnat se zahraničním standardům. Důvodem pro tvorbu etických kodexů je podle nich také pověst organizace či firmy. Důraz by etický kodex měl klást na nejdůležitější hodnoty organizace. Podle výše zmíněných autorů by měl také uvádět příklady a již preventivně se zabývat možnými konflikty a jejich řešením. Vše by samozřejmě mělo být přehledně upravené, dostatečně obecné, dobře aplikovatelné. Etické kodexy mají pracovníky v cestovním ruchu nasměřovat k morálnímu jednání. Pracovníkům ve vedoucích pozicích pak doporučují vhodné chování k dodavatelům a akcionářům, s kterými musí jednat. Pro pracovníky v cestovním ruchu mohou být etické kodexy jakýmsi vodítkem. Teoreticky by etické kodexy mohly přispět k řešení sporů. Obsah etických kodexů tedy tvoří jednotlivá pravidla vhodného chování. Hlavní problematiky, kterým se etické kodexy věnují, jsou dále kvalita výrobků, environmentální management, bezpečnost, iniciativa zaměstnanců či členů, disciplína zaměstnanců a členů, postoje k závazkům, komunikace, nediskriminace, odměny, spravedlnost. Důležité pro pracovníky v cestovním ruchu je, že etické kodexy také upravují vztahy na pracovišti a mají jim pomáhat sdílet stejné hodnoty.

Jak uvádí například Asociace hotelů a restaurací ČR (2006), etické kodexy se také zabývají podporou místních tradic, ekologií a dbají na soulad jednání podnikatelských subjektů s udržitelným rozvojem.

4.3.1.1 Vnitřní členění etických kodexů

Podle Beránka (2004: 110) bývají etické kodexy pro pracovníky v cestovním ruchu oficiální dokumenty, proto musí mít i vhodnou formu a podobu. Ačkoli se samozřejmě různé etické kodexy liší, určité části by podle něho měly obsahovat: preambuli s uvedením závazku k etickému jednání (tedy určité úvodní ustanovení) a dále články věnující se jednotlivým tématům.

Jak uvádí Hánečka (2011), podobné vlastnosti jako etické kodexy mají „firemní kréda“ nebo „deklarace hodnot“. Etický kodex by měl mít ale podobnou „strukturu“:

1. *Preambule*
2. *Vztah se zákazníky*
3. *Vztah k vlastníkům*
4. *Vztah k zaměstnancům*
5. *Vztah s dodavateli*
6. *Vztah k vládě a místním orgánům*
7. *Vztahy s konkurencí*
8. *Chování v případě převzetí nebo fúze*
9. *Dodržování norem a jeho ověřování“ (Hánečka, 2011)*

4.3.2 Východiska, tvorba a zapojení etických kodexů

Podle Beránka (2004: 107 – 108) je „vytváření etických kodexů zatím typické spíše pro nadnárodní instituce, oborová sdružení nebo profesní asociace. Postupně se etické kodexy objevují i v jednotlivých firmách, je to mnohdy na základě jejich vstupu do jednotlivých sdružení nebo na základě potřeby přiblížit se mezinárodně platným a uznávaným zásadám.“

Z knihy Bláhy a Dyrta (2003) vyplývá, že rozhodnutí o vydání etického kodexu pro pracovníky v cestovním ruchu jistě není otázkou okamžiku, nýbrž je výsledkem delšího přemýšlení a hodnocení různých záležitostí, které se váží k problematice cestovního ruchu a úloze pracovníků v něm. Rozhodnout o jeho zpracování by pak měla osoba, která k tomu má kompetence, například ředi-

tel hotelu či jiné organizace působící v cestovním ruchu. Idea etického kodexu musí mít podporu kompetentního pracovníka. Tato osoba by podle Bláhy a Dytrta měla pověřit útvar či pracovní skupinu, která bude odborně způsobilá k vytvoření etického kodexu dané společnosti.

Podle Beránka (2004) je v souvislosti s tvorbou etického kodexu nezbytné definovat účel nového etického kodexu, osoby, které mají být začleněny do tvorby etického kodexu, způsob tvorby, jeho formu. Má být zajištěn soulad zamýšleného etického kodexu a jeho pravidel s dosavadním běžným provozem (podnikatelského) subjektu.

Podle Bláhy a Dytrta (2003: 109 – 110) se dá pro utváření etického kodexu využít buď skandinávský, nebo americký model. Tyto přístupy se liší v aktivitě zaměstnanců. Zatímco skandinávský model považuje za důležité vyjádření zaměstnanců a diskuzi, u amerického modelu jsou zaangažováni pouze představitelé managementu a majitelé podniku. Jako vhodnější nejen pro Českou republiku se však, i vzhledem k větší šanci ztotožnění se zaměstnanců s etickým kodexem, zdá skandinávský model. Etický kodex vychází z poznatků, které mu poskytují stávající (jestliže již byl zhotoven) etický kodex, postřehy pracovníků, vztahy s akcionáři, zákazníky a dalšími organizacemi, interní dokumenty a materiály, různé rozhovory s odborníky. Také lze využít jako zdroje poznání cizí etické kodexy.

Podle Beránka (2004) je po zveřejnění návrhu etického kodexu vhodné poskytnout prostor pracovníkům, zúčastněným osobám či členům k jejich vyjádření.

Podle Bláhy a Dytrta (2003) by měl proces implementace a zapojení etického kodexu do praxe poté, co jej podepsal výkonný ředitel organizace, zahrnovat jeho distribuci všem angažovaným pracovníkům a dalším subjektům, dále vysvětlení, jak s etickým kodexem zacházet a na co si dát pozor, upozornění, že každý jedinec nese morální osobní odpovědnost, ale i smluvní (pokud je sjednána), ujištění, že všichni budou postupovat v souladu se zásadami, které jsou obsaženy v etickém kodexu. I nadále je třeba soustavně vyhodnocovat účinek etického kodexu, případně dát možnost k jeho úpravě. Jelikož je dodržování pravidel uvedených v etickém kodexu nutné, je vhodné, aby se subjekty smluvně zavázaly k jejich dodržování a v případě porušení závazku poté mohly být vyvozeny důsledky, v případě člena profesní asociace například při disciplinárním řízení.

Jak uvádí Beránek a Kotek (2003: 57), „*ve vyspělých zemích kodexy často obsahují sankce za jejich porušování a jejich uplatňování je monitorováno. U nás dosud většinou sankce obsaženy nebývají a proces monitorování není příliš intenzivní. Kodex je u nás zatím spíše dokumentem než živým nástrojem, se kterým se pracuje, který se vyhodnocuje, případně aktualizuje.*“

4.3.3 Závaznost etických kodexů

Podle Hánečky (2011) je „*etický kodex dokument, který upravuje obecná i konkrétní pravidla práce v jednotlivých organizacích a profesích. ... Rozlišujeme etický kodex závazný (ten může zaměstnanec dostat k pracovní smlouvě k podepsání a na základě jeho porušení mu hrozí výpověď) a nezávazný, jehož dodržování je dobrovolné.*“

Povinnost dodržovat etické kodexy asociace v cestovním ruchu předepisují i ve svých Stanovách (viz Asociace hotelů a restaurací ČR, 2012). Normy v etických kodexech sice mají spíše doporučující charakter, nejsou právně vynutitelné, avšak jako pracovníci firmy či členové asociace by je subjekty měli dodržovat a šířit jejich myšlenky. Navíc jak uvádí Hánečka (2011), existují prostředky, jako například smluvní sjednání sankce a disciplinární řízení, které má možnost řešit porušení pravidel obsažených v etických kodexech. Jeho důsledkem by pak mohlo být v určitých případech kupříkladu vyloučení člena z asociace nebo odebrání osobního ohodnocení či výpověď těm pracovníkům, kteří se vážně provinili. V článku 13 odstavci 1 Etického kodexu zaměstnanců Správy Krkonošského národního parku (2014) je například napsáno, že „*Etický kodex je závazný pro všechny zaměstnance Správy. Závazný je také pro zaměstnance, kteří jsou dočasně přidělení k výkonu práce na Správě a pro zaměstnance činné pro Správu na základě dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr.*“

4.3.4 Výhody a nevýhody etických kodexů

Etické kodexy mají své nesporné výhody a přínosy. Podle Bláhy a Dyrtra (2003: 98 – 102) mají organizace, které se jimi řídí, konkurenční výhodu a šanci

být i díky nim více prestižní. Subjekt, který se neřídí etickými pravidly, podle nich riskuje vyčlenění a zhoršení své pověsti, což jistě nepřispěje k jeho pozitivní reklamě. V etických kodexech v cestovním ruchu by měly být jasně znatelné postoje a hodnoty, k nimž se daný subjekt hlásí, proto lze očekávat například i snadnější spolupráci, protože protějšek ví, že daný subjekt chce dodržovat určité normy. Etické kodexy prokazují úroveň a vyspělost organizací. Mohou přispět k volbě správného chování. Pomáhají zlepšit komunikaci s klienty, firemní atmosféru, ukazují záměry organizací, omezují libovůli při rozhodování a napomáhají k větší čestnosti. Alespoň v teoretické rovině určitě. Též mohou představovat návod na vhodné jednání nejen v rámci firmy, ale i ve vztahu k dalším firmám a organizacím.

Nicméně podle Palatkové (2011: 154) i chvályhodná myšlenka etických kodexů má své slabé stránky. V cestovním ruchu jednou z nich dle jejího názoru může být špatná orientace v etických kodexech. Dalšími problémy podle ní mohou být také kupříkladu již zmíněný spíše deklaratorní efekt bez efektivního donucení dodržování pravidel (tedy slabá právní vymahatelnost), obtížnost propojení teoretických pravidel do praxe (kvůli bezpečnostním opatřením, nereálnosti ustanovení a podobně), nesnadnost učinit upřesňování a změny již vydaných kodexů nebo malá míra informovanosti v okruhu pracovníků, rezidentů, návštěvníků i odborníků v cestovním ruchu. Problém samozřejmě představuje i neznalost pracovníků cestovního ruchu týkající se etických kodexů a možností s nimi spojených.

Podle Bláhy a Dytrta (2003: 112 – 113) je také někdy vyslovován nesouhlas s vytvářením etických kodexů, neboť mohou představovat pouhý trénink v psaní a prakticky nenalézají pro pracovníky v cestovním ruchu příliš uplatnění. Jak uvádí výše zmínění autoři, pokud někdo vnímá etické kodexy tímto způsobem, je to problém, který zavrhuje etické kodexy. A dále tvrdí, že se objevuje problém, kdy lidé mají již vytvořené určité hodnoty, jimiž se řídí, a další pravidla, která jsou „uměle“ vytvořená, nemusí brát vážně a je samotné již etické kodexy nezmění. Tyto nevýhody lze ale eliminovat vhodným zapracováním etického kodexu do praxe.

4.3.5 Etické kodexy v praxi organizací a firem

Jak uvádí Bláha a Dytrt (2003), není důležitý pouze proces tvorby etického

kodexu. Aby plnil svůj účel, je třeba ho efektivně používat a účel etického kodexu by měl být jasně patrný a srozumitelný. A to platí stejně pro etické kodexy asociací, firem i hospodářských sdružení. Výše uvedení autoři zmiňují, že pro dobrou informovanost pracovníků či členů o etickém kodexu by měly být využívány vhodné prostředky, zejména internet, díky němuž je přístupný všem a tato forma uveřejnění přispívá i k větší otevřenosti organizace, proto může budit důvěryhodnější dojem. Dalšími prostředky jsou intranet a poskytování etického kodexu v podobě papírového dokumentu novým zaměstnancům či členům. Přístup k etickému kodexu by měl být snadný a veřejný. Ačkoli se může zdát, že pravidla v něm uveřejněná nejsou ničím zvláštním a měla by být automatická, nemusí to tak být, a proto není od věci uspořádat školení, aby si všichni zaměstnanci, členové nebo další subjekty osvojili korektní formu jednání. Dále by se zaměstnanci, členové a další subjekty neměli bát upozornit na chování, které není v souladu s ustanoveními etického kodexu. Také by měli mít možnost vyjádřit se k obsahu etického kodexu, jenž by pak případně měl jít změnit (v případě adekvátnosti návrhů). Vše podléhá neustálému vývoji, proto je i s etickým kodexem nutné stále pracovat, přizpůsobovat jeho pravidla nastalým situacím a případně inovovat.

Podle Kuldové (2010) by proces implementace etického kodexu do praxe organizace měl obsahovat také začlenění etického kodexu do strategických dokumentů a ujištění, že má být dodržován všemi zaměstnanci bez ohledu na postavení.

4.3.6 Příklady etických kodexů

4.3.6.1 *Etický kodex Asociace hotelů a restaurací České republiky*

Jak uvádí Asociace hotelů a restaurací ČR (2006), jedná se o etický kodex vydaný profesní asociací (AHR ČR). Valná hromada sdružení AHR ČR přijala v Praze roku 2006 Etický kodex. Motivem jeho vydání bylo, aby činnost členů byla v koherenci s morálními principy v činnosti podnikání a se společenskými vztahy. Pokud členové nebudou pravidla obsažená v etickém kodexu dodržovat a budou je porušovat, mohou být Radou asociace vyloučeni ze sdružení bez nároku

na náhradu úměrné výše členského příspěvku. Po úvodním ustanovení následuje 11 částí. V nich se mimo jiné AHR ČR a její členové zavazují naplňovat myšlenky Globálního kodexu etiky v turismu, členové mají podnikat aktivity, které budou vést ke zlepšení pověsti a kvality ubytovacích a stravovacích zařízení a členové jsou dále zavázáni dodržovat platný právní řád. Také se objevuje snaha chránit zákazníka, jenž nesmí být z žádného důvodu diskriminován. Dále členové slibují, že nebudou používat nekalé praktiky, budou dodržovat své smluvní závazky a bude podporováno v dobrém slova smyslu konkurenční prostředí. Jsou garantovány práva zaměstnancům, má být chráněno jejich zdraví, je třeba jim umožnit osobní hygienu, mají být odpovídajícím způsobem odměňováni. Článek 6 tohoto kodexu říká, že *„prioritou je ochrana zdraví zákazníků. K tomu členové důsledně dodržují hygienické normy a předpisy ve všech provozních částech podniku. Základní povinností provozovatele stravovacího či ubytovacího zařízení je dodržování zásad péče o osobní hygienu a čistotu ze strany zaměstnanců a čistotu veškerých prostor, zařízení a vybavení podniku.“* Pozornost je též věnována vztahu k mladým lidem, kterým je v zařízeních umožněna praxe. Zmíněna je také nutnost rozvoje místní kultury a spolupráce s dalšími subjekty. A v neposlední řadě kodex prohlašuje, že všechny aktivity členů mají odpovídat koncepci udržitelného rozvoje.

4.3.6.2 Etický kodex Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky

Podle Valné hromady Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR (2011) přijala poslední verzi Etického kodexu SOCR ČR Valná hromada tohoto svazu v roce 2011. Pro členy je opět závazný, byl sestaven ve shodě se Stanovami SOCR ČR a, jako všechny ostatní etické kodexy, zdůrazňuje potřebu jednat eticky při podnikatelské aktivitě, společenskou odpovědnost subjektů a podobně. Po úvodu, kde je obsaženo výše zmíněné, následuje několik bodů. V nich se kupříkladu mluví o volném trhu, budování důvěryhodného obrazu firem, korektnosti při platbách, odmítnutí nekalé soutěže a odsouzení kartelových dohod, potřebě podpory malých a středních podniků, práva zaměstnanců, předcházení sporům, spolupráci vedoucí ke zlepšení životního prostředí a podobně. Zajímavé

je, že podněcuje také k inovacím firemních etických kodexů. „Členové SOCR ČR: ... tímto Kodexem doporučují členským a zainteresovaným firmám posoudit svoji situaci v oblasti podnikatelské etiky a podle výsledku a vlastních zájmů vydat či modernizovat vlastní firemní EK;...“

4.3.6.3 Morální kodex jednání členů Asociace cestovních kanceláří České republiky

Podle Asociace cestovních kanceláří ČR (2011) přijalo v roce 2011 Valné shromáždění ACK ČR Morální kodex jednání členů ACK ČR (jedná se o etický kodex profesní asociace). Tento kodex má 3 články, přičemž třetí článek tvoří závěrečná ustanovení. Obsahuje myšlenky o komunikaci se zákazníky při nesrovnalostech, kvalitě služeb, korektním informování, vztazích s dodavateli. Členové asociace se musí chovat podle pravidel férové soutěže, nesmí nespravedlivě očerňovat své konkurenty. Pro svou ochranu si členové vyměňují informace, pokud se některý z nich setká s neseriózním obchodním partnerem. Klamavá reklama má být samozřejmě zapovězena a mají být používány pouze takové podnikatelské praktiky, které jsou poctivé. V článku 2 odstavci 2 tohoto kodexu se mimo jiné říká, že „členové ACK ČR vytvářejí svým zaměstnancům odpovídající pracovní podmínky dle specifik jejich pracovního zařazení a obsahu práce. Vztah mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem je založen na vzájemné úctě. Zaměstnavatelé poskytují informace související s výkonem práce, vytvářejí podmínky pro zvyšování kvalifikace, eliminují veškeré projevy diskriminace na pracovišti, dbají na spravedlivé odměňování. V otázkách pracovně-právních vztahů je postupováno v souladu s platnými právními předpisy...“

Asociace cestovních kanceláří ČR (2011) též uvádí, že důraz je kladen na řádné uzavírání smluv, dodržování smluvních podmínek, respektování platných právních norem. Uvádí také pravidla příhodná pro cestovní ruch. Členové ACK ČR se mají podle článku 2 odstavce 3 řídit při svých jednáních mimo jiné těmito zásadami:

„- spolupráce se zkušenými a kvalifikovanými průvodci pro poskytování průvodcovských služeb

- *upřednostňování spolupráce s certifikovanými ubytovacími zařízeními a subjekty podnikajícími v souladu s platnou legislativou*
- *doporučování uzavírat cestovní pojištění klientů.*

4.3.6.4 Etický kodex zaměstnanců Správy Krkonošského národního parku

Podle Správy Krkonošského národního parku (2014) je tento etický kodex specifický v tom, že se týká zaměstnanců veřejné správy. Zaměstnanci Správy KRNAP mají prohlubovat důvěru veřejnosti a k vymezení žádoucích standardů jejich chování k veřejnosti a kolegům byl přijat právě tento kodex. Etický kodex má preambuli a 14 článků a je účinný od 1. 10. 2014. Poslání KRNAPu je vymezené v preambuli a mimo jiné má pomáhat k „využití území národního parku k ekologicky únosné turistice a rekreaci nezhoršující životní prostředí“. V etickém kodexu je dále například stanoveno, že zaměstnanec Správy KRNAPu dodržuje právní řád ČR, dbá na veřejný zájem, jedná nestranně a jako profesionál (zdvořile, dále se vzdělává, nemá předsudky apod.), pracovní záležitosti vyřizuje bez zbytečných průtahů, vyhýbá se střetu zájmů, odmítá korupční jednání, poskytuje pravdivé informace, chová se a vypadá reprezentativně (při určitých příležitostech se např. použije služební stejnokroj). V článku 14 odstavci 2 je zakotveno, že „poukáže-li zaměstnanec Správy oprávněně na neetické chování, nebude mít jeho jednání negativní důsledky v pracovněprávních vztazích“.

4.3.6.5 Etický kodex pronajímatele říčních lodí

Jak uvádí CK Tilia (2010), Etický kodex pronajímatele říčních lodí je příkladem, jak mohou vypadat vlastní firemní etické kodexy. Přihlásilo se k němu několik společností a tyto společnosti prý doufají, že se k etickému kodexu, chování dle jeho zásad, přičlení i další společnosti z oboru.

Podle CK Tilia (2015) je jednou ze společností, která se již řídí Etickým kodexem pronajímatele říčních lodí, CK TILIA. Ta je členem ACK ČR, je tedy povinna dodržovat i Morální kodex této asociace.

Podle CK Tilia (2010) společnosti v kodexu vyjadřují nespokojenost se současnou situací na trhu v České republice, kdy subjekty jednají nemorálně a poškozují dobré jméno i poctivých společností. Proto se chtějí od tohoto nesprávného chování distancovat a deklarovat své postoje. Říkají například, že poctivý pronajímatel říčních lodí dostatečně informuje zákazníka, slibuje pouze to, co je opravdu v jeho silách obstarat a hlavní důraz kladou na kvalitu služeb. Etický kodex není příliš obsáhlý, ale je v něm uvedeno to, co je důležité. Jeho výhodou, stejně jako možnou výhodou dalších etických kodexů podnikatelských subjektů, může být v určitých ohledech jejich větší soustředěnost na konkrétní problémy týkající se oboru.

4.3.6.6 Shody a rozdíly vybraných kodexů

Výše zmíněné dokumenty tvoří 5 etických kodexů, které mají shodné znaky, ovšem do značné míry se odlišují. Všechny kodexy samozřejmě písemně shrnují pravidla chování, která jsou žádoucí, a tato pravidla jsou podobná. Rozdílná je však délka etických kodexů. Nejkratší je Etický kodex pronajímatele říčních lodí (CK Tilia, 2010), nejdelší etický kodex má Správa Krkonošského národního parku (2014). Členění textu také není stejné, Etický kodex SOCR ČR (Valná hromada Svažu obchodu a cestovního ruchu ČR, 2011) stejně jako Etický kodex pronajímatele říčních lodí (CK Tilia, 2010) tvoří jednotný text s body, kdežto ostatní etické kodexy jsou členěny do článků, popřípadě dále do odstavců. Forma etických kodexů proto může být různá.

Samozřejmě se projevuje fakt, že tyto etické kodexy vydaly odlišné subjekty. Etické kodexy asociací (viz Asociace hotelů a restaurací ČR, 2006; Asociace cestovních kanceláří ČR, 2011) se kupříkladu zdají propracovanější než etický kodex podnikatelského subjektu (CK Tilia 2010), etický kodex podnikatelského subjektu však zároveň cílí na konkrétnější záležitosti, což může být jeho výhoda.

V otázce závaznosti a vymahatelnosti se samozřejmě také liší. Etickým kodexem pronajímatele říčních lodí (CK Tilia, 2010) se podnikatelský subjekt dobrovolně rozhodl řídit, neboť byl znepokojen stavem v oboru. Ačkoli by se mohlo zdát, že tato nízká vymahatelnost představuje problém, může naopak toto přesvědčení pomoci dodržování etického kodexu lépe než hrozba sankcemi. Navíc kodex vyzývá i ostatní subjekty zabývající se stejnou činností, aby se ke kodexu taktéž připojily. Etické kodexy asociací (Asociace hotelů a restaurací ČR, 2006; Asociace cestovních kanceláří ČR, 2011) a SOCR ČR (Valná hromada Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, 2011) zavazují pouze členy. Z hlediska závaznosti pro zaměstnance je neúčinněji řešen Etický kodex zaměstnanců Správy krkonošského národního parku (Správa Krkonošského národního parku, 2014). To je však ovlivněno tím, že je určen přímo zaměstnancům a pak také tím, že se jedná o etický kodex subjektu, jenž patří do veřejné správy.

5 Empirická část

V empirické části se práce pokouší nastínit, jak se jeví vybraným pracovníkům stav významu etických kodexů v cestovním ruchu v určité konkrétní oblasti. Empirická část vychází z teoretické části.

5.1 Význam etických kodexů v cestovním ruchu v Královéhradeckém kraji

Empirická část se snaží v návaznosti na informace uvedené v teoretických východiscích zjistit, jaký názor mají pracovníci těch cestovních kanceláří, cestovních agentur, ubytovacích a restauračních zařízení, které jsou členy AHR ČR, ACK ČR a AČCKA na území Královéhradeckého kraje, na fungování etických kodexů (zejména etické kodexy vydané profesními asociacemi). Tato část se tedy snaží zmapovat problematiku významu etických kodexů pohledem pracovníků zmíněných podnikatelských subjektů.

Podle aktuálních údajů Českého statistického úřadu (2015) je počet hromadných ubytovacích zařízení v Královéhradeckém kraji 1136, z toho nejvíce v okrese Trutnov (718), nejméně v okrese Hradec Králové (51). Ne všechna jsou však členy příslušné profesní asociace – AHR ČR.

V Královéhradeckém kraji se nachází 13 členů ACK ČR (Asociace cestovních kanceláří ČR, 2015a, 2015b, 2015c, 2015d) s tím, že někteří tito členové mají pobočky na více místech v Královéhradeckém kraji (například Invia nebo Čedok), což číslo 13 navyšuje na 24; 5 členů AČCKA (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur, 2015) a 74 členů AHR ČR (Asociace hotelů a restaurací ČR, 2015). Jaký je vztah jejich pracovníků k etice při práci v turismu? Tím, že se podnikatelské subjekty staly členy profesních asociací, se též dobrovolně přihlásily k dodržování pravidel obsažených v etických kodexech těchto asociací.

5.1.1 Základní výzkumné otázky

- 1) Vědí pracovníci vybraných podnikatelských subjektů cestovního ru-**

chu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, o existenci etických kodexů?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

2) Přisuzují pracovníci vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji, které jsou zároveň členy ACK ČR, AČC-KA nebo AHR ČR, etickým kodexům v cestovním ruchu praktický význam?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

3) Mají podle pracovníků vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, profesní asociace vliv na etické chování svých členů (v souvislosti s etickým kodexem)?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

4) Měly by být podle pracovníků vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, vydávány firemní etické kodexy?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

5) Domnívají se i řadoví pracovníci vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, že by byli zapojeni do tvorby firemního etického kodexu?

Odpověď je zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

5.1.2 Výzkumné předpoklady a hypotézy

Etické kodexy by měly pomáhat ke zlepšení úrovně etiky v cestovním ruchu.

H1: Většina oslovených pracovníků členských subjektů profesních asociací v Královéhradeckém kraji ví o existenci etických kodexů v oblasti cestovního ruchu.

Cílem hypotézy je ověřit domněnku, že zaměstnanci členů profesních asociací v Královéhradeckém kraji mají povědomí o etických kodexech v cestovním ruchu.

Ověření hypotézy je realizováno pomocí dotazníkového šetření.

H2: Část dotázaných pracovníků se domnívá, že etické kodexy v cestovním ruchu mají praktický význam.

Cílem hypotézy je ověřit domněnku, že význam etických kodexu není pouze teoretický, ale i praktický. Praktickým významem je například kvalitnější chování k zákazníkům, ale i zlepšení pověsti firmy a podobně.

Ověření hypotézy je realizováno pomocí dotazníkového šetření.

H3: Většina dotázaných pracovníků se domnívá, že profesní asociace mají vliv na etické chování svých členů.

Cílem hypotézy je ověřit, že profesní asociace působí na etické chování svých členů a jejich pracovníků, přičemž podstatnou roli zde sehrávají etické kodexy, které profesní asociace vydaly.

Ověření hypotézy je realizováno pomocí dotazníkového šetření.

H4: Většina dotázaných pracovníků se domnívá, že by firemní etické kodexy měly být vydávány.

Cílem hypotézy je ověřit, že etické kodexy jsou jako nový trend vedoucí ke snaze o etičtější chování subjektů pracovníky pozitivně přijímány.

Ověření hypotézy je realizováno pomocí dotazníkového šetření.

H5: I někteří oslovení řadoví pracovníci by byli zapojeni do tvorby firemního etického kodexu.

Cílem hypotézy je ověřit, zda by byl při utváření firemních etických kodexů využit skandinávský model, který předpokládá zapojení i řadových zaměstnanců do jejich tvorby.

Ověření hypotézy je realizováno pomocí dotazníkového šetření.

5.1.3 Způsob a průběh šetření

Ke zjištění odpovědí na výzkumné otázky a ověření hypotéz byly využity dotazníkové formuláře, které autorka sestavila. V dotazníku (viz Příloha č. 1) byly otázky uspořádány do logicky souvisejících okruhů. Výsledky průzkumu byly zpracovány a slouží k vyvrácení či potvrzení hypotéz.

Cílovou skupinu tvořili pracovníci cestovních kanceláří, cestovních agentur, ubytovacích a restauračních zařízení, které fungují v Královéhradeckém kraji a zároveň jsou členy ACK ČR, AČCKA nebo AHR ČR (viz Příloha č. 2). K sestavení seznamu vybraných podnikatelských subjektů proto sloužily internetové stránky jmenovaných profesních asociací. Jednotlivé cestovní kanceláře, cestovní agentury, ubytovací a restaurační zařízení mají samozřejmě více zaměstnanců na různých postech – vedoucí pracovníky, sekretářky a další. Bylo přípustné, aby se šetření zúčastnilo více pracovníků jednoho podnikatelského subjektu, neboť všichni jsou pracovníky stanovených subjektů a každý z pracovníků může mít odlišný názor. Zároveň by se všichni v případě existence etického kodexu na pracovišti měli podle jeho pravidel řídit a chovat. Vyhodnocování dotazníků tedy následně probíhalo za pracovníky, nikoli za podnikatelské subjekty.

Spolu s prosbou o spolupráci byly dotazníky distribuovány primárně pomocí e-mailového oslovení v období od 3. 3. 2015 do 25. 3. 2015 dle výše uvedených kritérií jednotlivým cestovním kancelářím, cestovním agenturám, ubytovacím a restauračním zařízením. K nalezení kontaktů (e-mailových adres) na jednotlivé podnikatelské subjekty a jejich pracovníky byly využity zejména webové stránky AHR ČR, ACK ČR a AČCKA, ale též webové stránky konkrétních cestovních kanceláří, cestovních agentur, ubytovacích a restauračních zařízení. Pokud bylo uvedeno více e-mailových adres na více pracovníků, byla prosba zaslána všem těmto osobám. Prosba obsahovala žádost o vyplnění elektronického dotazníku jejich pracovníky pomocí odkazu na webovou stránku s dotazníkem: <https://www.vyplnto.cz/databaze-dotazniku/vyznam-eticky-kodexu/>. Tato forma dotazování byla zvolena z časových důvodů – kvůli faktu, že tito lidé nemusí mít příliš času ve své pracovní době, proto jim tato forma může lépe umožnit vyplnit dotazník v době, kdy jim to umožní i jejich pracovní povinnosti. Navíc není možné všechny osoby osobně zastihnout (především k vedoucím pracovníkům

by nebylo jednoduché se dostat). Avšak aby autorka podpořila míru vyplňování těchto dotazníků, navštívila též osobně s dotazníkem v tištěné podobě jednotlivé podnikatelské subjekty splňující výše uvedená kritéria v období od 3. 3. 2015 do 25. 3. 2015 ve městě Hradec Králové a poprosila jejich pracovníky o vyplnění dotazníku, pokud ho již nevyplňovali online.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 54 pracovníků ze 119 elektronicky a 29 osobně oslovených. Někteří z respondentů dokonce autorce odpověděli, že dotazník vyplnili a jeden respondent projevil zájem o tvorbu vlastního etického kodexu pro svůj podnikatelský subjekt. Z osobních zkušeností při distribuci dotazníkových formulářů lze zmínit, že všichni pracovníci cestovních kanceláří a agentur byli vstřícní, pracovníci v ubytovacích a restauračních zařízeních byli také milí, ovšem k vyplňování dotazníků se nakonec (až na výjimky) postavili lhostejněji než pracovníci cestovních kanceláří a agentur.

Některé otázky (především škálovací) byly u elektronické formy dotazování nastaveny jako nepovinné, aby respondenty neodradil počet otázek a také aby nenastaly určité technické problémy. Při vyplňování tištěných dotazníků se projevilo jako ne úplně možné vynutit zodpovězení všech otázek. I přesto však většinu otázek zodpověděla naprostá většina respondentů.

Dotazník obsahoval 29 otázek, byl anonymní a je součástí Přílohy č. 1.

5.1.4 Soubor respondentů

Do šetření se mohli zapojit pracovníci ze 103 podnikatelských subjektů (viz Příloha č. 2). Soubor respondentů byl specifický, neboť se jednalo o pracovníky cestovních kanceláří, cestovních agentur, ubytovacích a restauračních zařízení pouze z Královéhradeckého kraje, přičemž podnikatelský subjekt, ve kterém pracují, by zároveň měl být členem profesní asociace. Počet podnikatelských subjektů, tedy i potenciálních respondentů, byl značně omezen. S ohledem na tato fakta se zdá být celkový počet respondentů, jenž činí 54, slušný a výsledky z dotazníkového šetření by mohly ukázat možné názory určitých pracovníků cestovního ruchu.

Z odpovědí na otázku č. 1 vyplývá, že 31 respondentů (57%) pracuje v cestovní kanceláři nebo agentuře a 23 respondentů (43%) pracuje v ubytovacím nebo restauračním zařízení.

Z odpovědí na otázku č. 2 pak vyplývá, že 30 respondentů (56%) nepracuje na vedoucí pozici, 24 respondentů (44%) pracuje na vedoucí pozici.

Z odpovědí na otázku č. 3 vyplývá, že 42 respondentů (78%) pracuje v oblasti cestovního ruchu více než 3 roky, 8 respondentů (15%) 1- 3 roky a 4 respondenti (7%) pracují v této oblasti méně než 1 rok.

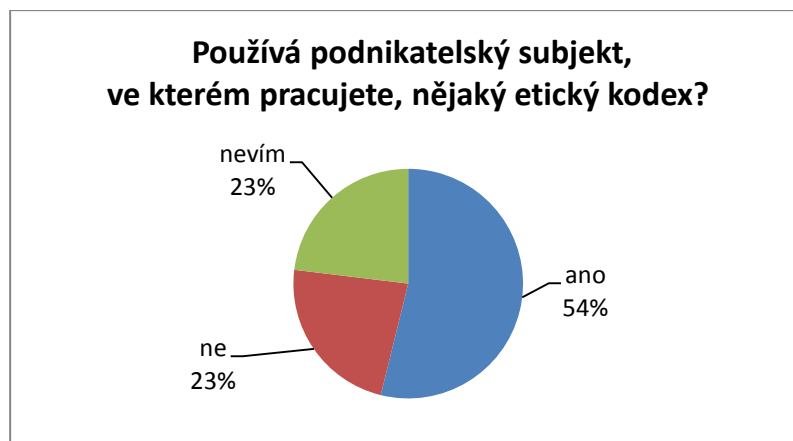
V odpovědích na otázku č. 4 uvedlo 23 respondentů (42%), že podnikatelský subjekt, v němž pracují, je členem AHR ČR, 14 respondentů (25%) uvedlo, že podnikatelský subjekt, v němž pracují, je členem ACK ČR, 12 respondentů (22%) uvedlo, že podnikatelský subjekt, v němž pracují, je členem AČCKA, 4 respondenti (7%) uvedli, že podnikatelský subjekt, v němž pracují, není členem profesní asociace (ačkoli byl), 1 respondent (2%) uvedl, že podnikatelský subjekt, v němž pracuje, je členem jiné profesní asociace a 1 respondent (2%) uvedl, že neví, jaké profesní asociace je podnikatelský subjekt, v němž pracuje, členem.

5.1.5 Podnikatelské subjekty a etika

Otázka č. 5: Používá podnikatelský subjekt, ve kterém pracujete, nějaký etický kodex?

28 respondentů zvolilo odpověď „ano“, 12 respondentů zvolilo odpověď „ne“ a 12 respondentů zvolilo odpověď „nevím“.

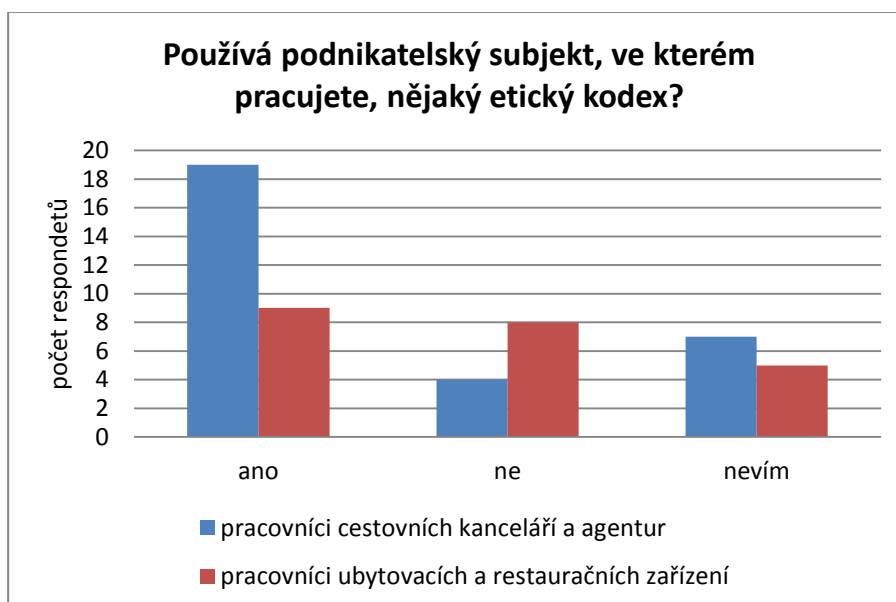
V této souvislosti však zůstává otazníkem, co přesně si respondenti představují pod pojmem „používá“. Především také je nutné si položit otázku, jak podnikatelské subjekty nakládají s etickými kodexy, které vydaly profesní asociace. Dále to, že několik respondentů neví, zda podnikatelský subjekt, ve kterém pracují, používá nějaký etický kodex, zní zvláště a poněkud odporuje smyslu etických kodexů.



Graf 1: Používání etických kodexů podnikatelskými subjekty

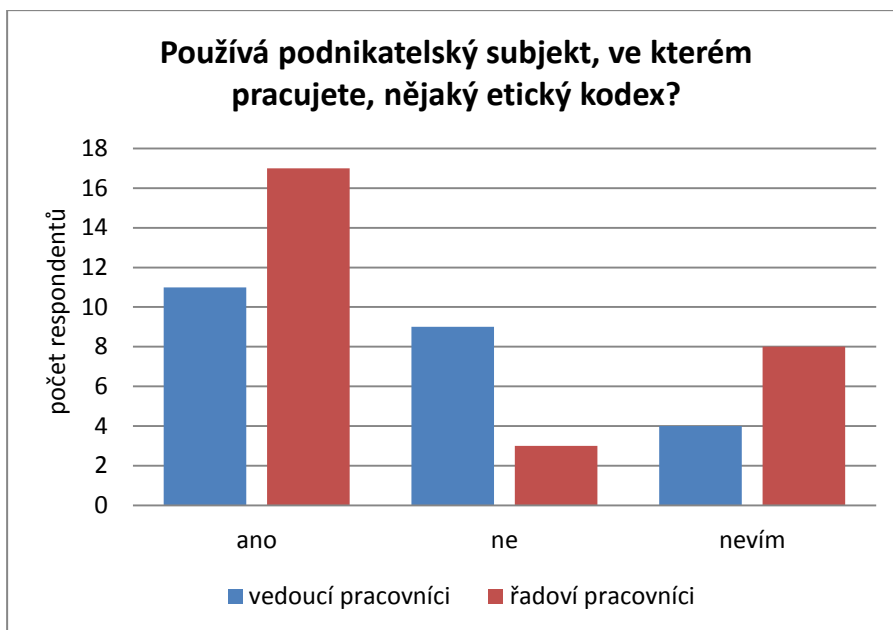
Zdroj: Vlastní zpracování

Podle odpovědí respondentů je také patrný rozdíl mezi cestovními kanceláři/agenturami a ubytovacími/restauračními zařízeními. Více jsou etické kodexy používány v cestovních kancelářích/agenturách než v ubytovacích/restauračních zařízeních. Rozdílně odpovídali též vedoucí a řadoví pracovníci. Jestliže byla zvolena na otázku č. 5 odpověď „nevím“, může to vyvolávat pocit nízkého zájmu o své pracoviště těchto respondentů, ovšem odpověď „nevím“ nevolili pouze řadoví pracovníci, ale též někteří vedoucí pracovníci.



Graf 2: Používání etických kodexů podnikatelskými subjekty – podnikatelské subjekty

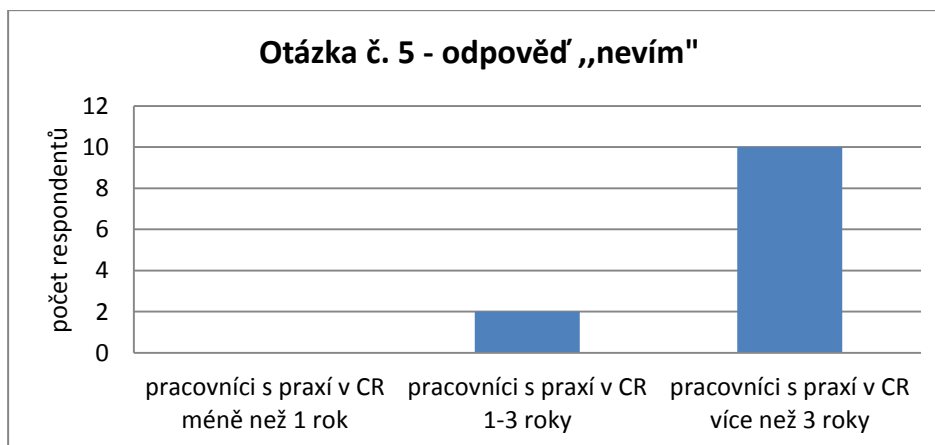
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 3: Používání etických kodexů podnikatelskými subjekty - vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Ani délka praxe nebyla zárukou toho, zda respondent věděl, či nevěděl, zda podnikatelský subjekt, ve kterém pracuje, používá etický kodex.



Graf 4: Otázka č. 5 - odpověď „nevím“ - délka praxe

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 6: Jaký je podle Vás hlavní etický problém v oblasti cestovního ruchu?

Jednalo se o otevřenou otázku (a v elektronickém dotazníku též o nepovinnou otázku). Odpovědělo na ni 12 respondentů. Jako hlavní etické problémy

v oblasti cestovního ruchu respondenti jmenovali (kromě „nevím“) následující:

- „unavení, špatně ohodnocení, a tím nepříjemní zaměstnanci k hostům“
- „udržení standardu kvality“
- „nespolehlivost klientů“
- „hlavně všechno prodat i přes lži a klamné informace o ubytování“
- „morální hodnoty jedinců“
- „chování zaměstnanců vůči zákazníkům“
- „vytrácí se - vážení si klienta“
- „CK si neváží klienta“
- „nevstřícnost, špatné chování od šéfů“
- „nevstřícnost“
- „nedodržení podmínek smlouvy, na kterých se prodejce a klient domluvili“

Nejčastěji uváděnými problémy se zdají být vztahy se zákazníky a vztahy s nadřízenými. Obě tyto kategorie problémů by se mohly zahrnout (a mnohdy zahrnují) do pravidel stanovených etickými kodexy.

Otázka č. 7: Slyšel/a jste již o „společenské odpovědnosti firem“?

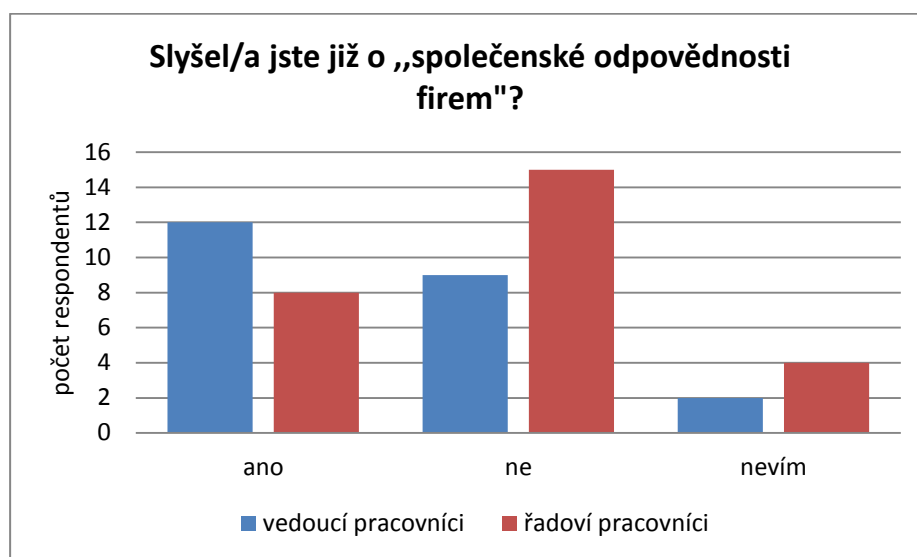
24 respondentů zvolilo odpověď „ne“, 20 respondentů zvolilo odpověď „ano“ a 6 respondentů zvolilo odpověď „nevím“.



Graf 5: Povědomí o společenské odpovědnosti firem

Zdroj: Vlastní zpracování

Lepší povědomí o „společenské odpovědnosti firem“ měli vedoucí než řadoví pracovníci.



Graf 6: Povědomí o společenské odpovědnosti firem – vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Podle odpovědí respondentů nemusí povědomí o „společenské odpovědnosti firem“ souviset s tím, zda podnikatelský subjekt, v němž pracují, etický kodex používá, či nepoužívá.



Graf 7: Povědomí o společenské odpovědnosti firem – spojitost s otázkou č. 5

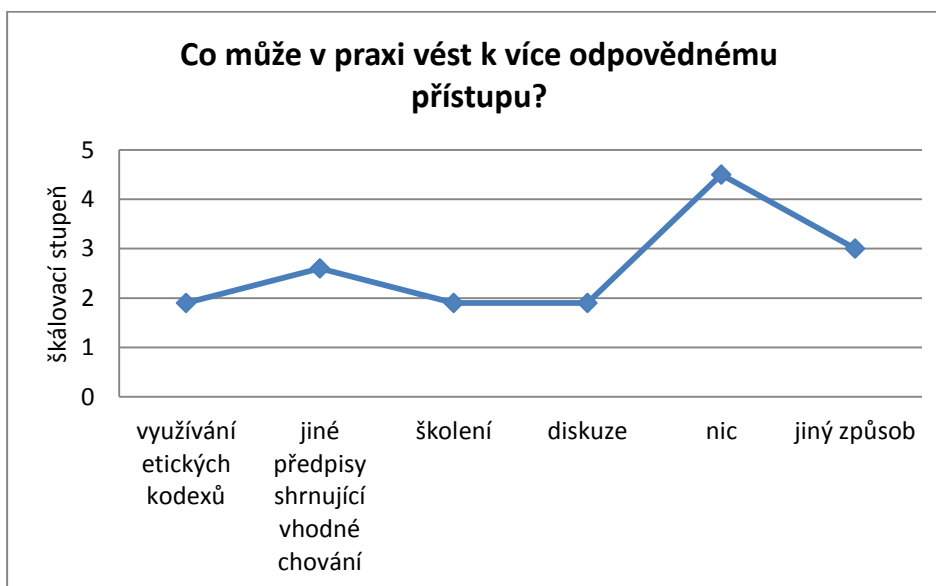
Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 8: Co může v praxi vést k více odpovědnému přístupu?

K odpovědi na tuto otázku byla využita škála 1 – 5, přičemž 1=určitě ano, 2=spíše ano, 3=nevím, 4=spíše ne, 5=určitě ne. Výsledky této otázky jsou po zprůměrování následující:

- využívání etických kodexů: 1,9
- jiné předpisy shrnující vhodné chování: 2,6
- školení: 1,9
- diskuze: 1,9
- nic: 4,5
- jiný způsob: 3,0

K více odpovědnému přístupu nejvíce vede podle respondentů využívání etických kodexů, školení a diskuze.



Graf 8: Praxe a odpovědný přístup

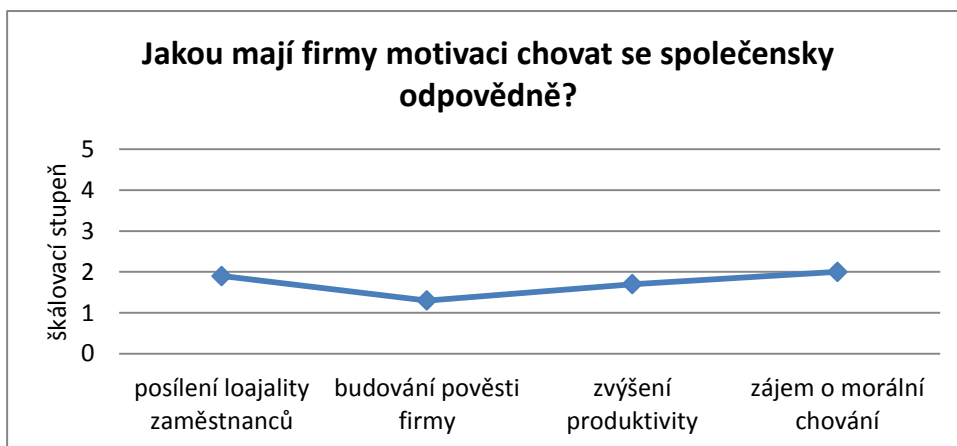
Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 9: Jakou mají firmy motivaci chovat se společensky odpovědně?

V elektronickém dotazníku se jednalo o nepovinnou otázku. K odpovědi na tuto otázku byla využita škála 1 – 5, přičemž 1=určitě ano, 2=spíše ano, 3=nevím, 4=spíše ne, 5=určitě ne. Výsledky této otázky jsou po zprůměrování následující:

- posílení loajality zaměstnanců: 1,9

- budování pověsti firmy: 1,3
- zvýšení produktivity: 1,7
- zájem o morální chování: 2,0



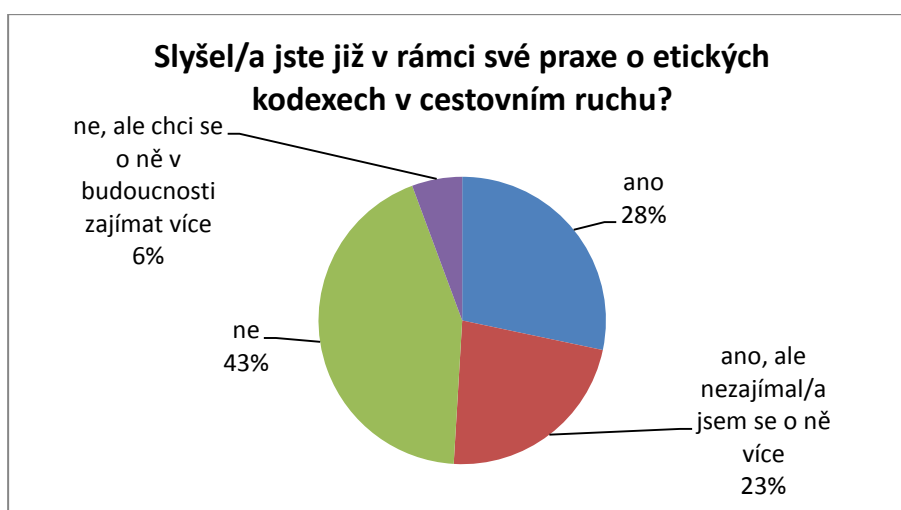
Graf 9: Motivace firem

Zdroj: Vlastní zpracování

5.1.6 Povědomí o etických kodexech

Otázka č. 10: Slyšel/a jste již v rámci své praxe o etických kodexech v cestovním ruchu?

23 respondentů zvolilo odpověď „ne“, 15 respondentů zvolilo odpověď „ano“, 12 respondentů zvolilo odpověď „ano, ale nezajímá/a jsem se o ně více“ a 3 respondenti zvolili odpověď „ne, ale chci se o ně v budoucnosti zajímat více“.



Graf 10: Povědomí o etických kodexech

Zdroj: Vlastní zpracování

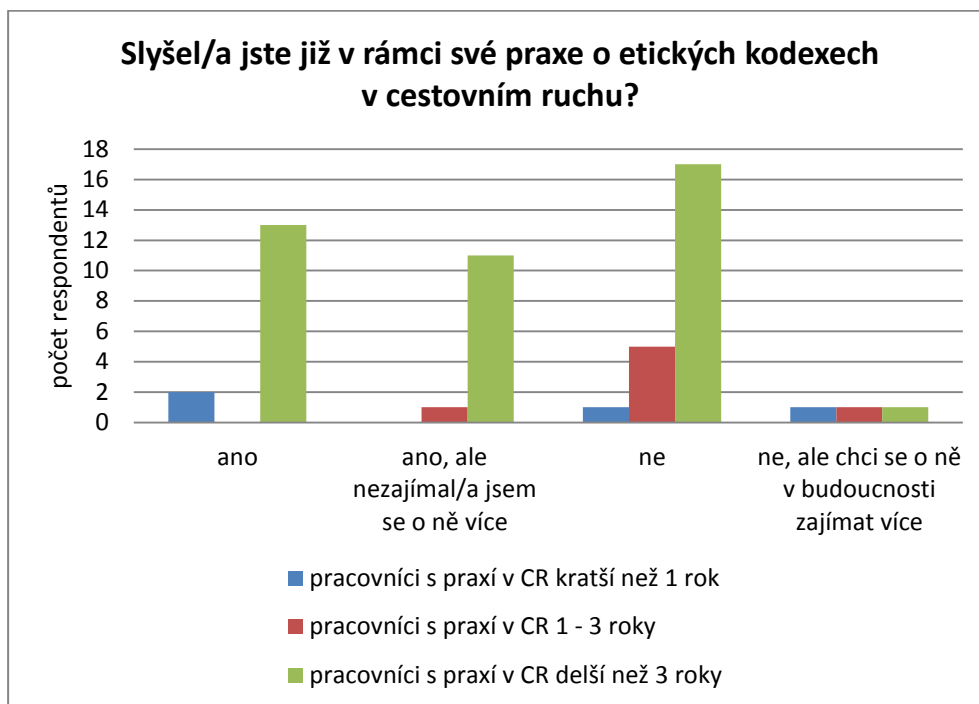
Zde se nabízí souvislost s otázkou č. 5. Bylo by logické, že respondent, který uvedl, že podnikatelský subjekt, v němž pracuje, používá etický kodex, též zvolil odpověď v tom smyslu, že již slyšel v rámci své praxe o etických kodexech. Tak se však nedělo u všech respondentů. I když určitý podnikatelský subjekt používá etický kodex, dle odpovědí respondentů to automaticky neznamená, že mají povědomí (slyšeli) o etických kodexech v cestovním ruchu. Vysvětlit to lze například tím, že si respondent neuvědomil, že i etický kodex používaný jeho zaměstnavatelem je etickým kodexem v cestovním ruchu. Přesto však ti pracovníci, kteří pracují v podnikatelském subjektu, jenž používá etický kodex, mají lepší povědomí o etických kodexech v oblasti cestovního ruchu.



Graf 11: Povědomí o etických kodexech – spojitost s otázkou č. 5

Zdroj: Vlastní zpracování

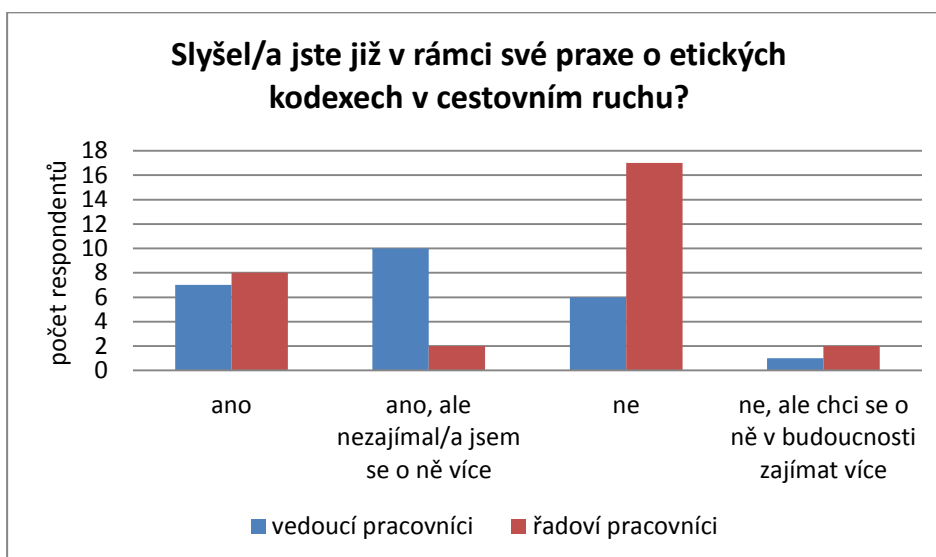
Nelze stanovit, zda povědomí o etických kodexech souvisí s délkou praxe v oblasti cestovního ruchu.



Graf 12: Povědomí o etických kodexech - délka praxe

Zdroj: Vlastní zpracování

Dle výsledků dotazníkového šetření mají v cestovním ruchu vedoucí pracovníci lepší povědomí o etických kodexech než řadoví pracovníci.



Graf 13: Povědomí o etických kodexech - vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 11: Jestliže jste odpověděl/a na předchozí otázku „ano“ (a nebo b)), o jaké etické kodexy se jednalo?

Na tuto otázku bylo možné označit více odpovědí. V elektronickém dotazníku se jednalo o nepovinnou otázku.

17 respondentů zvolilo odpověď „o etický kodex vydaný profesní asociací“, 2 respondenti uvedli odpověď „o jiný etický kodex“ (1 z těchto respondentů dodal, že se jednalo o Bibli) a 1 respondent uvedl odpověď „o Globální kodex etiky v turismu vydaný UNWTO“.

Z toho může vyplývat, že ačkoli je Globální kodex etiky v turismu důležitý celosvětově, v regionálních měřítkách je daleko významnější etický kodex vydaný například profesní asociací, který je „bližší“ těm, jimž je určen.



Graf 14: Povědomí o etických kodexech – konkrétní etické kodexy

Zdroj: Vlastní zpracování

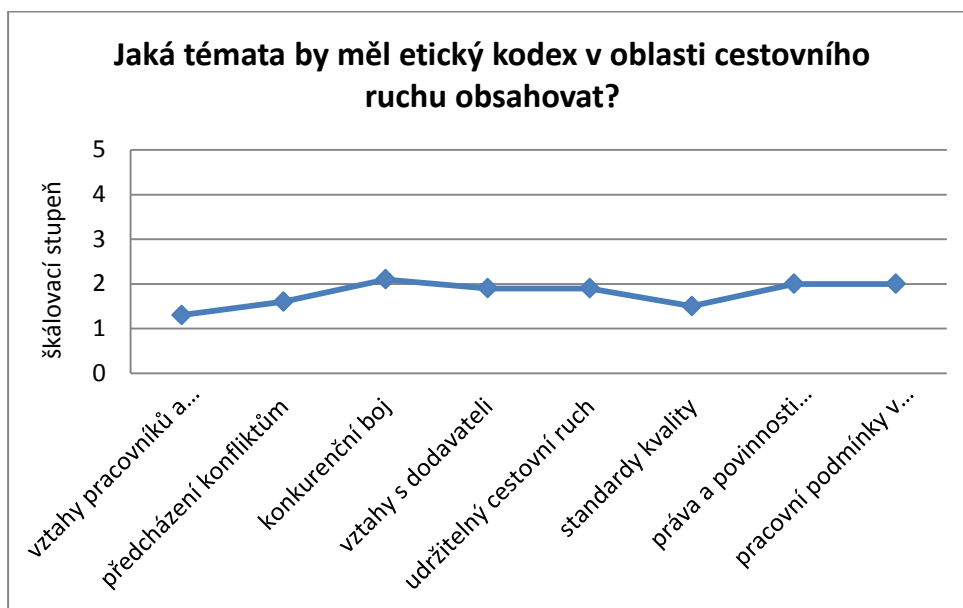
Otázka č. 12: Jaká témata by měl etický kodex v oblasti cestovního ruchu obsahovat?

K odpovědi na tuto otázku byla využita škála 1 – 5, přičemž 1=určitě ano, 2=spíše ano, 3=nevím, 4=spíše ne, 5=určitě ne. Výsledky této otázky jsou po zprůměrování následující:

- vztahy pracovníků a klientů: 1,3
- předcházení konfliktům: 1,6
- konkurenční boj: 2,1
- vztahy s dodavateli: 1,9
- udržitelný cestovní ruch: 1,9

- standardy kvality: 1,5
- práva a povinnosti zaměstnanců: 2,0
- pracovní podmínky v cestovním ruchu: 2,0

Podle respondentů je vhodné, aby etické kodexy v oblasti cestovního ruchu obsahovaly v zásadě všechna uvedená témata, nejdůležitějším tématem, které by etické kodexy podle respondentů měly řešit, se ale jeví vztahy pracovníků a klientů. To ostatně odpovídá i výsledkům otázky č. 6.



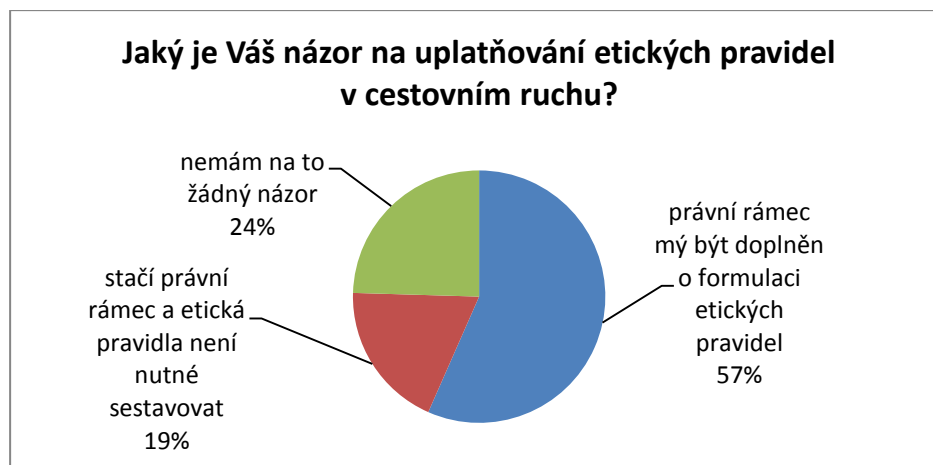
Graf 15: Témata etického kodexu v cestovním ruchu

Zdroj: Vlastní zpracování

5.1.7 Význam etických kodexů pro oblast cestovního ruchu

Otázka č. 13: Jaký je Váš názor na uplatňování etických pravidel v cestovním ruchu?

30 respondentů zvolilo odpověď „právní rámec má být doplněn o formulaci etických pravidel“, 13 respondentů zvolilo odpověď „nemám na to žádný názor“ a 10 respondentů zvolilo odpověď „stačí právní rámec a etická pravidla není nutné sestavovat“.



Graf 16: Uplatňování etických pravidel

Zdroj: Vlastní zpracování

Podle výsledků dotazníkového šetření si řadoví pracovníci myslí spíše než vedoucí pracovníci, že by právní rámec měl být doplněn o formulaci etických pravidel.



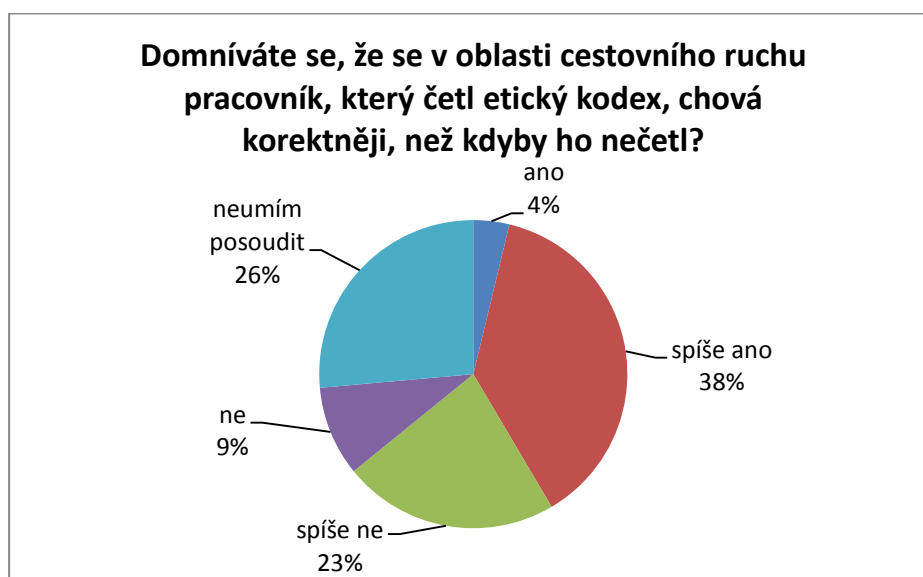
Graf 17: Uplatňování etických pravidel - vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 14: Domníváte se, že se v oblasti cestovního ruchu pracovník, který četl etický kodex, chová korektněji, než kdyby ho nečetl?

20 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 14 respondentů zvolilo odpověď „neumím posoudit“, 12 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 5 responden-

tů zvolilo odpověď „ne“ a 2 respondenti zvolili odpověď „ano“.



Graf 18: Rozdíly v korektnějším chování

Zdroj: Vlastní zpracování

V otázce, zda se v oblasti cestovního ruchu pracovník, který četl etický kodex, chová korektněji, než kdyby ho nečetl, byly názory vedoucích a řadových pracovníků velice podobné, o něco optimističtější však byli řadoví pracovníci.



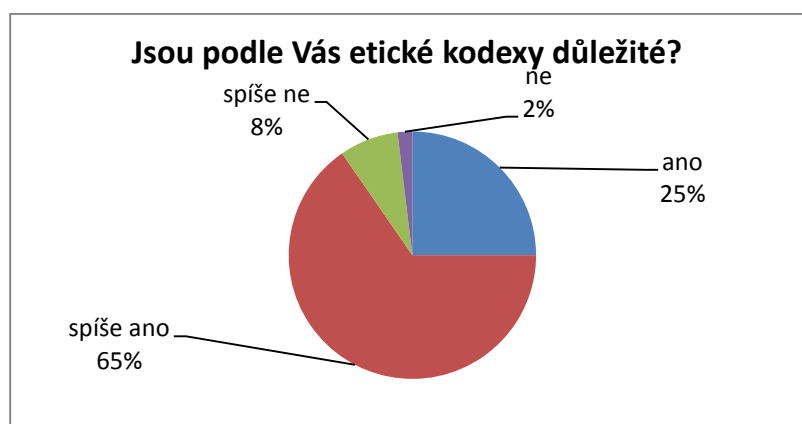
Graf 19: Rozdíly v korektnějším chování - vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 15: Jsou podle Vás etické kodexy důležité?

34 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 13 respondentů zvolilo odpověď „ano“, 4 respondenti zvolili odpověď „spíše ne“ a 1 respondent zvolil odpověď „ne“.

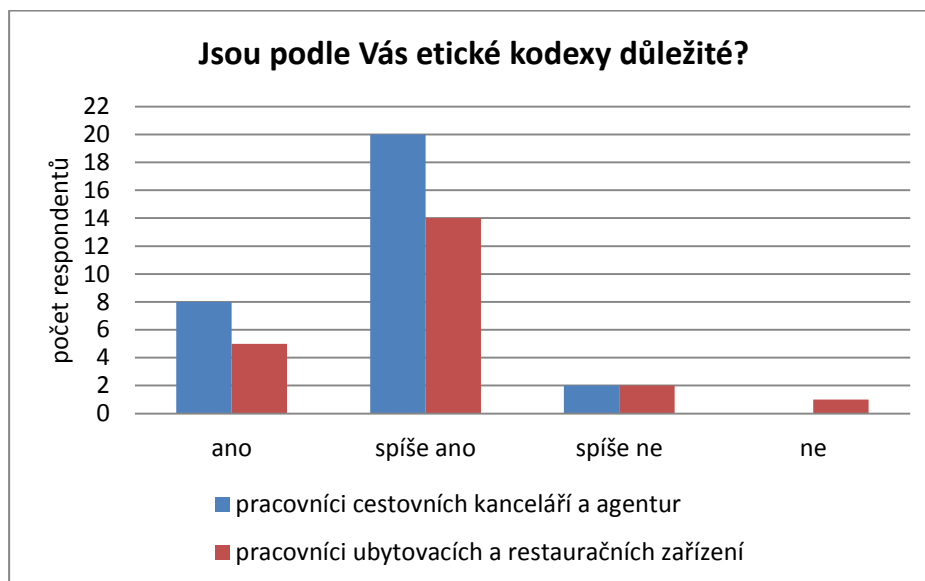
Z toho vyplývá, že naprostá většina respondentů (47) považuje etické kodexy spíše za důležité než nedůležité.



Graf 20: Důležitost etických kodexů

Zdroj: Vlastní zpracování

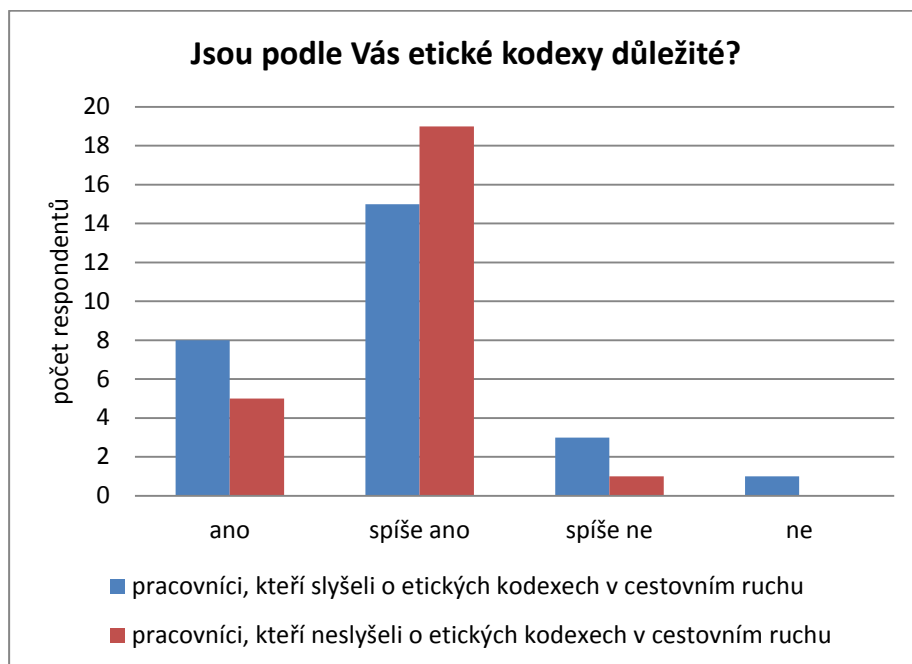
Názory na důležitost etických kodexů byly u pracovníků cestovních kanceláří/agentur i ubytovacích/restauračních zařízení (vzhledem k počtu respondentů z těchto podnikatelských subjektů) podobné, o něco pesimističtější se možná jeví postoje pracovníků ubytovacích a restauračních zařízení.



Graf 21: Důležitost etických kodexů - podnikatelské subjekty

Zdroj: Vlastní zpracování

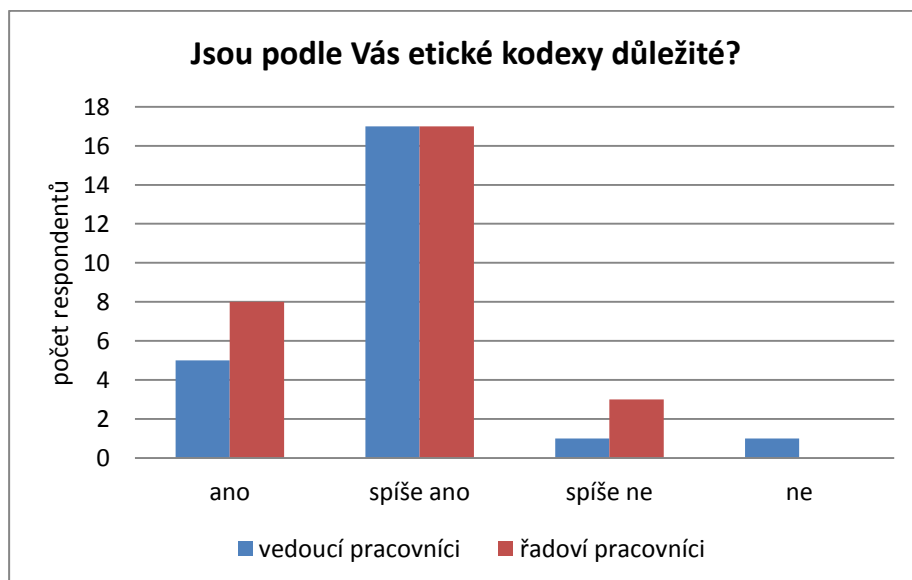
I pracovníci, kteří příliš neměli povědomí o etických kodexech, se domnívají, že etické kodexy jsou (spíše) důležité.



Graf 22: Důležitost etických kodex – spojitost s otázkou č. 10

Zdroj: Vlastní zpracování

Výrazné rozpory v názoru na význam etických kodexů nelze spatřovat ani mezi vedoucími a řadovými pracovníky.



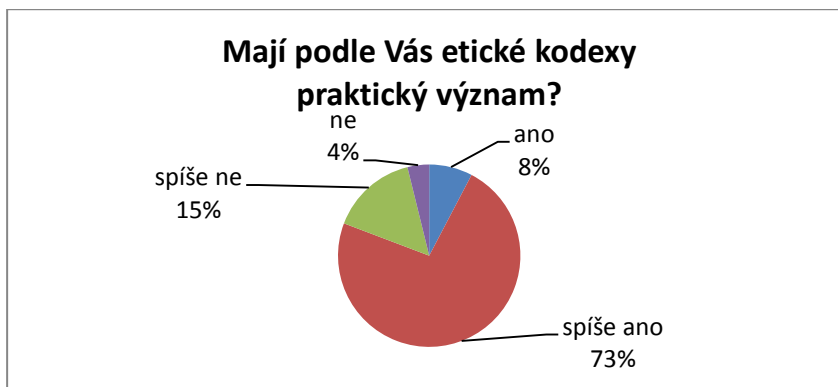
Graf 23: Důležitost etických kodexů - vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 16: Mají podle Vás etické kodexy praktický význam?

38 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 8 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 4 respondenti zvolili odpověď „ano“ a 2 respondenti zvolili odpověď „ne“.

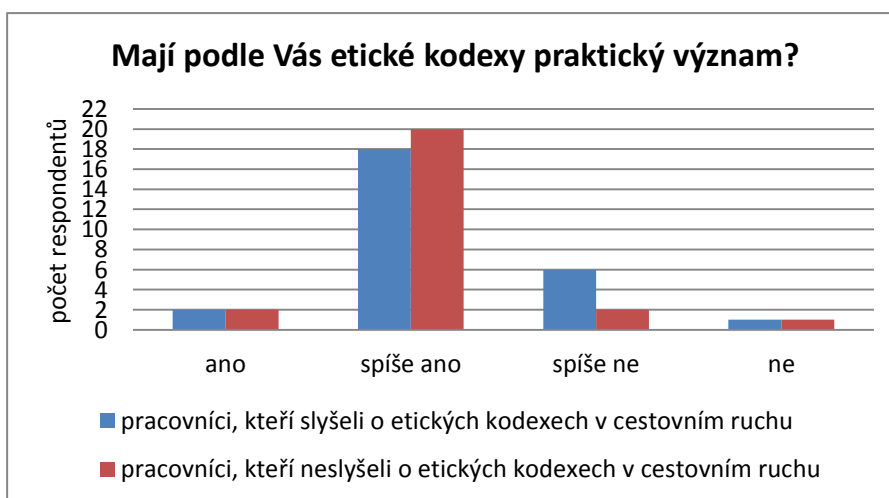
Většina, i když již ne tolik silná jako u předešlé otázky, se domnívá, že etické kodexy spíše mají praktický význam. To je důležité z toho hlediska, že etické kodexy by nemusely být považovány pouze za statický a deklaratorní dokument.



Graf 24: Praktický význam etických kodexů

Zdroj: Vlastní zpracování

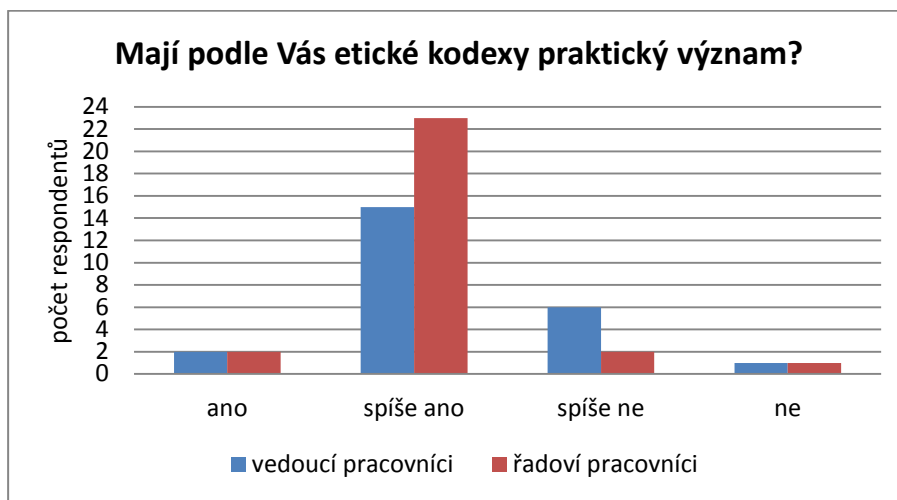
Rozdíl v názorech na význam etických kodexů mezi pracovníky s různou mírou povědomí o etických kodexech nebyl výrazný, obě skupiny spíše přisuzovaly etickým kodexům praktický význam. Respondenti s nižší mírou povědomí o etických kodexech jim možná kupodivu přisuzovali větší praktický význam než respondenti s vyšší mírou povědomí o etických kodexech.



Graf 25: Praktický význam etických kodexů – spojitost s otázkou č. 10

Zdroj: Vlastní zpracování

Praktický význam etickým kodexům v cestovním ruchu přisuzovali spíše řadoví než vedoucí pracovníci.



Graf 26: Praktický význam etických kodexů - vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 17: Mají podle Vás etické kodexy šanci podnítit u pracovníků v cestovním ruchu větší snahu o korektní jednání?

35 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 11 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 5 respondentů zvolilo odpověď „ano“ a 1 respondent zvolil odpověď „ne“.

Tyto výsledky se zdají být z velké míry v souladu s výsledky u otázky č. 16.



Graf 27: Podnězení snahy o korektní jednání

Zdroj: Vlastní zpracování

Pracovníci podnikatelského subjektu, který údajně nepoužívá etický kodex, se zdají vzhledem k počtu respondentů a rozložení jejich odpovědí nejskeptičtější

ohledně šance etického kodexu na podněcení větší snahy o korektní jednání. U pracovníků podnikatelského subjektu, jenž etický kodex používá, lze předpokládat určitou zkušenost s etickými kodexy, proto by jejich odpovědi mohli být relevantnější.

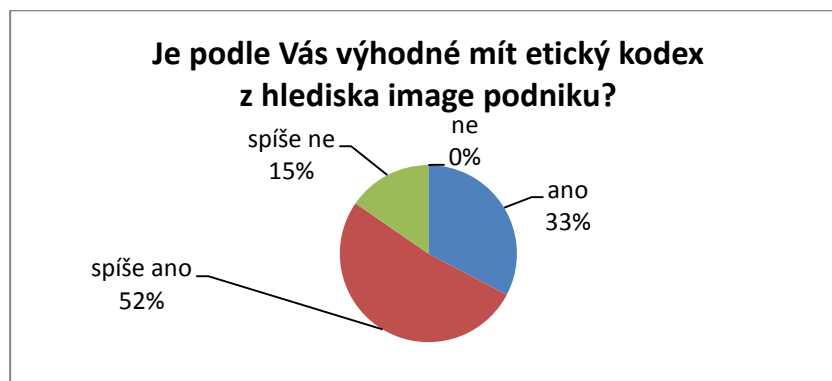


Graf 28: Podněcení snahy o korektní jednání – spojitost s otázkou č. 5

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 18: Je podle Vás výhodné mít etický kodex z hlediska image podniku?

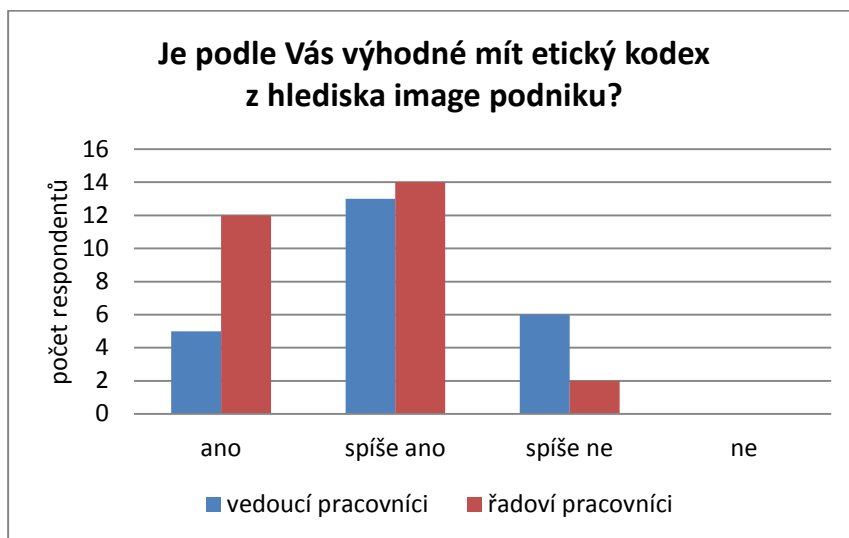
27 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 17 respondentů zvolilo odpověď „ano“, 8 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“ a žádný respondent nezvolil odpověď „ne“.



Graf 29: Etické kodexy a image podniku

Zdroj: Vlastní zpracování

Jeví se, že etický kodex považovali za výhodnější z hlediska image podniku, více řadoví než vedoucí pracovníci.

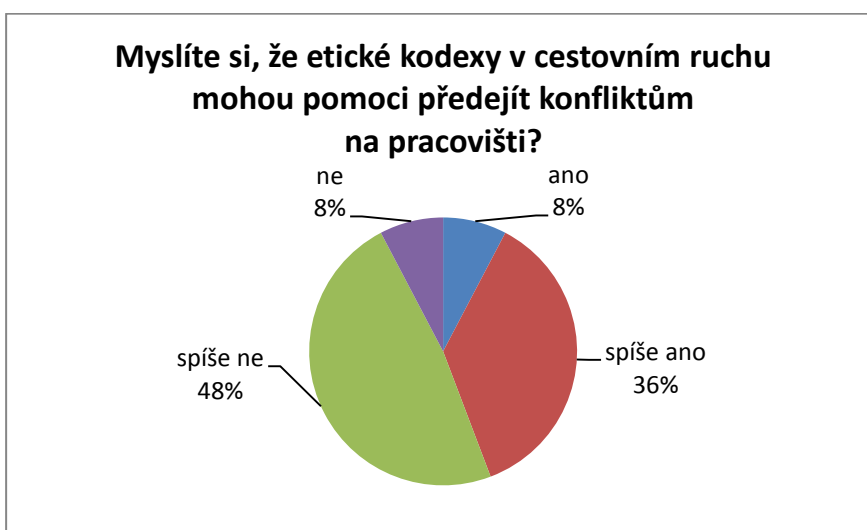


Graf 30: Etické kodexy a image podniku - vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 19: Myslíte si, že etické kodexy v cestovním ruchu mohou pomoci předejít konfliktům na pracovišti?

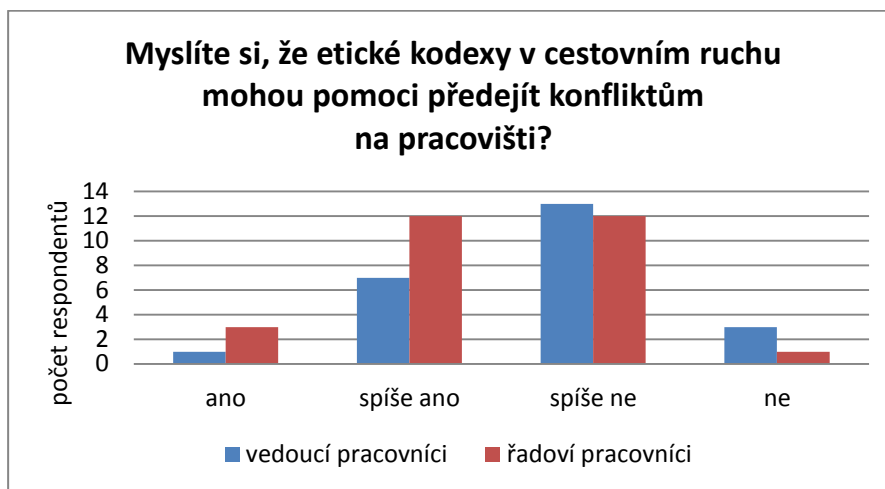
25 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 19 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 4 respondenti zvolili odpověď „ano“ a 4 respondenti zvolili odpověď „ne“.



Graf 31: Etické kodexy a konflikty na pracovišti

Zdroj: Vlastní zpracování

Pesimističtěji viděli vliv etických kodexů při předcházení konfliktům na pracovišti pracovníci vedoucí než řadoví.



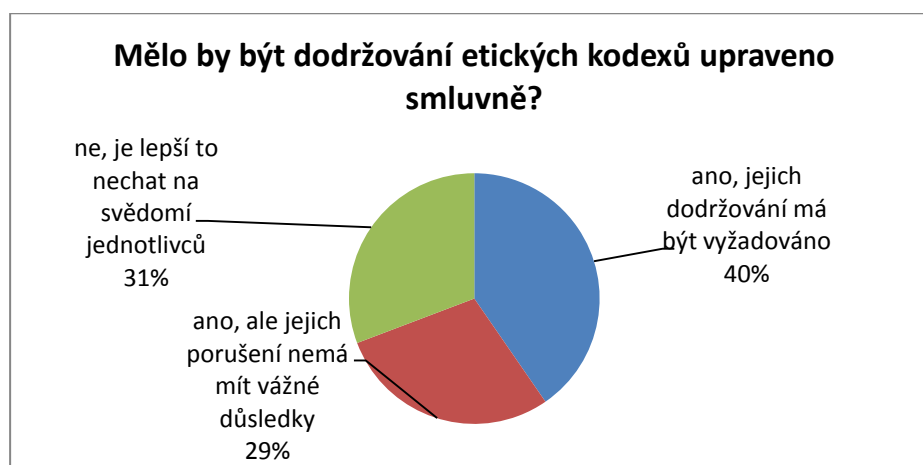
Graf 32: Etické kodexy a konflikty na pracovišti – vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 20: Mělo by být dodržování etických kodexů upraveno smluvně?

21 respondentů zvolilo odpověď „ano, jejich dodržování má být vyžadováno“, 16 respondentů zvolilo odpověď „ne, je lepší to nechat na svědomí jednotlivců“ a 15 respondentů zvolilo odpověď „ano, ale jejich porušení nemá mít vážné důsledky“.

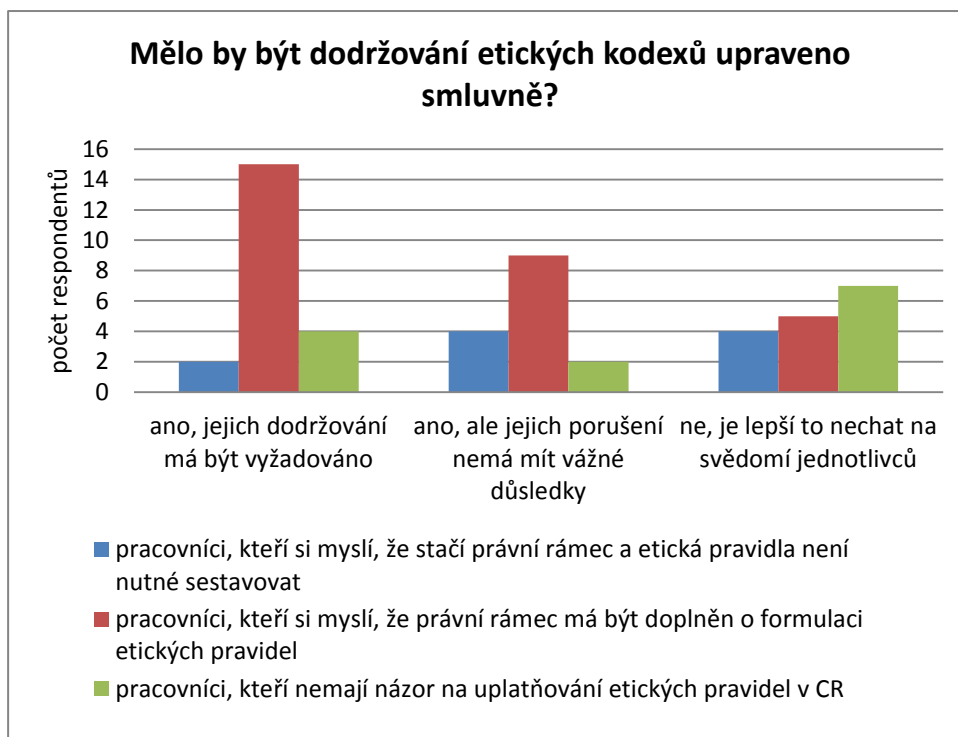
V oblasti závaznosti se názory respondentů různí.



Graf 33: Dodržování etických kodexů

Zdroj: Vlastní zpracování

I když někteří respondenti zastávali názor, že právní rámec má být doplněn o formulaci etických pravidel, automaticky to neznamenal, že všichni tito respondenti podporují smluvní úpravu dodržování etických kodexů.



Graf 34: Dodržování etických kodexů – spojitost s otázkou č. 13

Zdroj: Vlastní zpracování

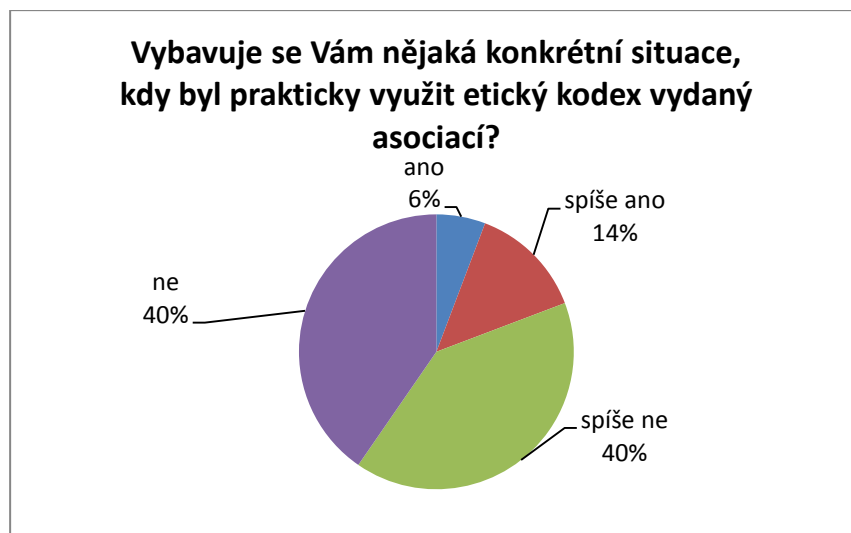
5.1.8 Profesní asociace a etické kodexy

Otázka č. 21: Vybavuje se Vám nějaká konkrétní situace, kdy byl prakticky využit etický kodex vydaný asociací?

21 respondentů zvolilo odpověď „ne“, 21 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 7 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“ a 3 respondenti zvolili odpověď „ano“.

Tyto výsledky ukazují, že praktické využití etických kodexů není časté, ovšem je pozitivní, že někteří respondenti si dokáží vybavit praktické využití etických kodexů.

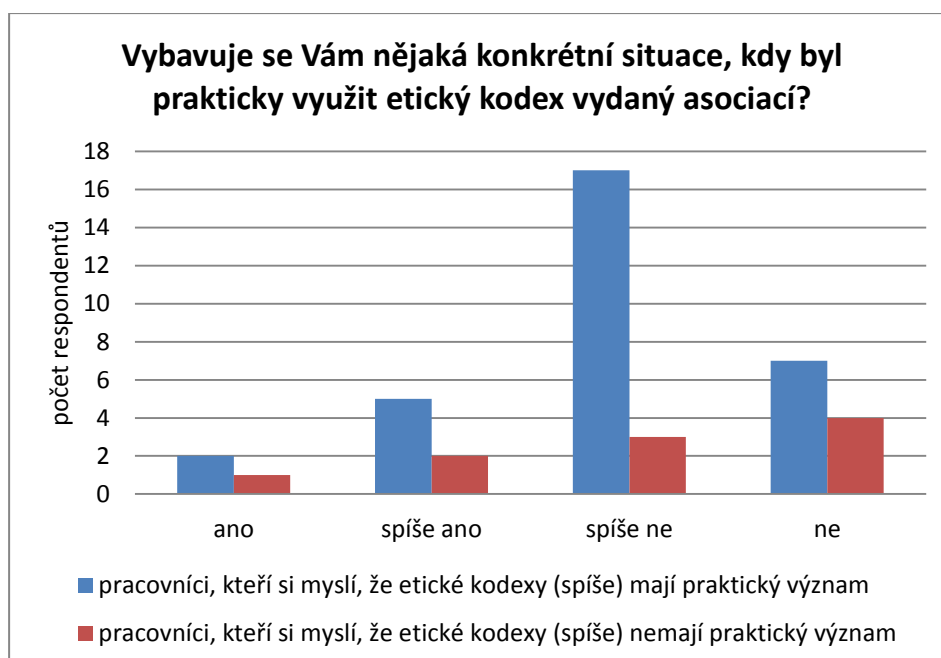
Pro porovnání: viz analýza odpovědí na otázku č. 16.



Graf 35: Praktické využití etického kodexu

Zdroj: Vlastní zpracování

I když situací praktického využití etického kodexu vydaného asociací není příliš, někteří respondenti je zažili. Dokonce i respondentům, kteří se domnívají, že etické kodexy spíše nemají praktický vliv, se vybavila situace, kdy byl etický kodex vydaný asociací prakticky využit. Otázkou zůstává, co vše si pod praktickým využitím etického kodexu vydaného asociací respondenti představovali.

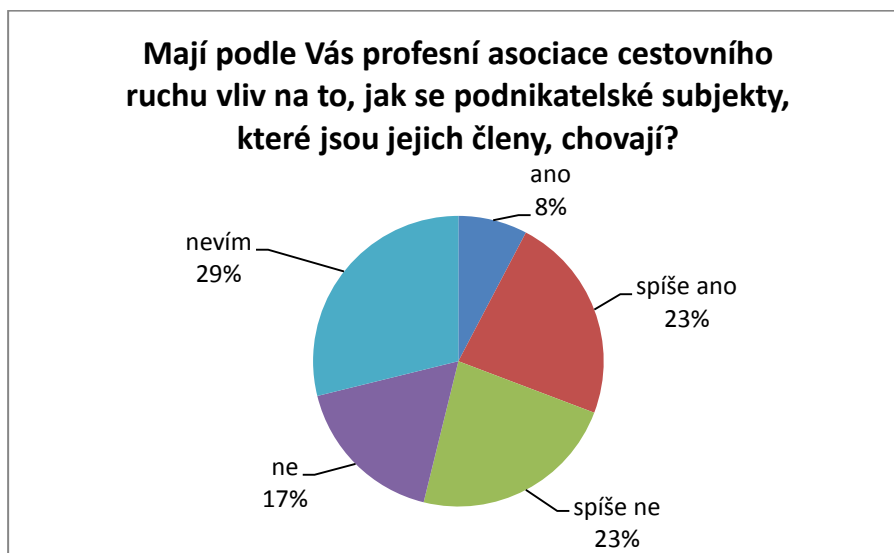


Graf 36: Praktické využití etického kodexu – spojitost s otázkou č. 16

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 22: Mají podle Vás profesní asociace cestovního ruchu vliv na to, jak se podnikatelské subjekty, které jsou jejich členy, chovají?

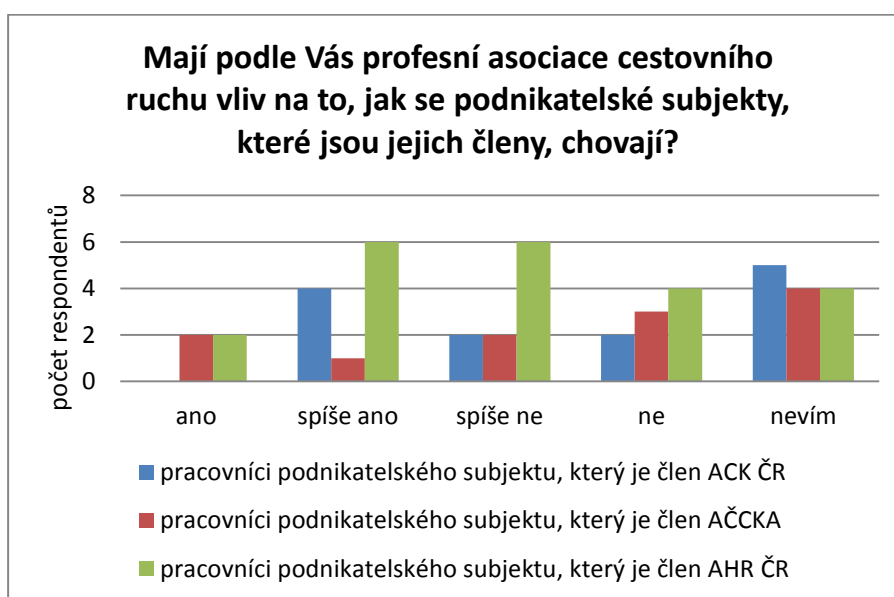
15 respondentů zvolilo odpověď „nevím“, 12 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 12 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 9 respondentů zvolilo odpověď „ne“ a 4 respondenti zvolili odpověď „ano“.



Graf 37: Vliv profesních asociací

Zdroj: Vlastní zpracování

Názory na míru vlivu profesních asociací na chování členských podnikatelských subjektů se značně různily.

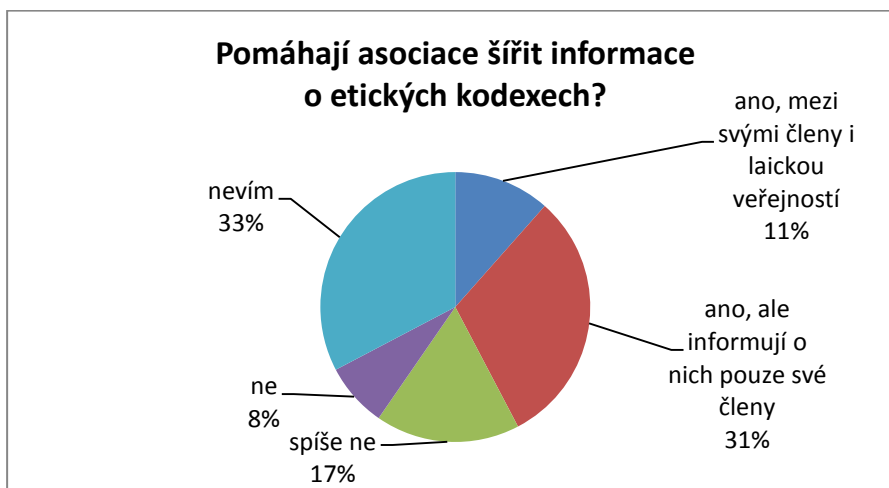


Graf 38: Vliv profesních asociací – profesní asociace

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 23: Pomáhají asociace šířit informace o etických kodexech?

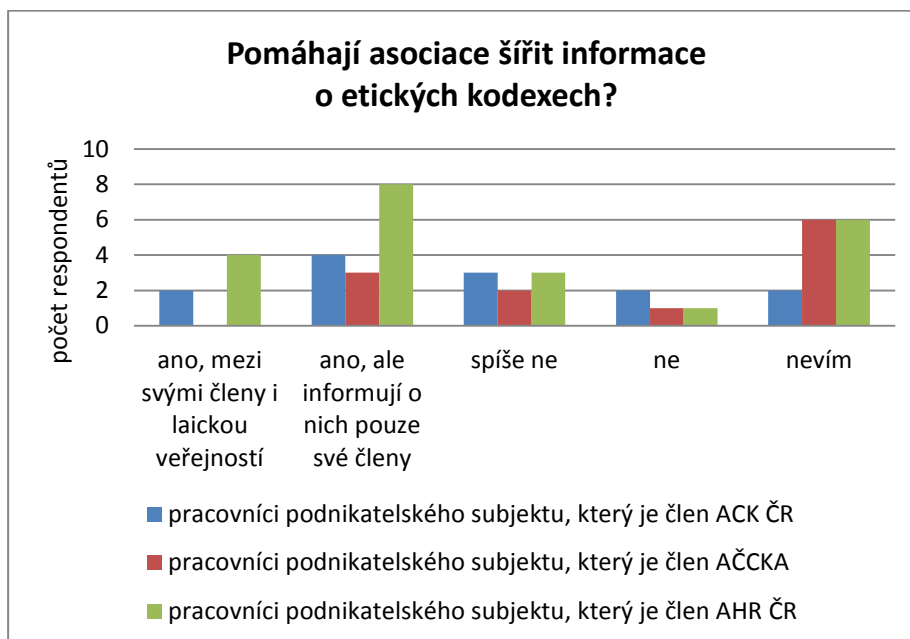
17 respondentů zvolilo odpověď „nevím“, 16 respondentů zvolilo odpověď „ano, ale informují o nich pouze své členy“, 9 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 6 respondentů zvolilo odpověď „ano, mezi svými členy i laickou veřejností“ a 4 respondenti zvolili odpověď „ne“.



Graf 39: Informace o etických kodexech

Zdroj: Vlastní zpracování

Podle odpovědí respondentů nelze s jistotou určit, zda některé profesní asociace informují o etických kodexech lépe než jiné.

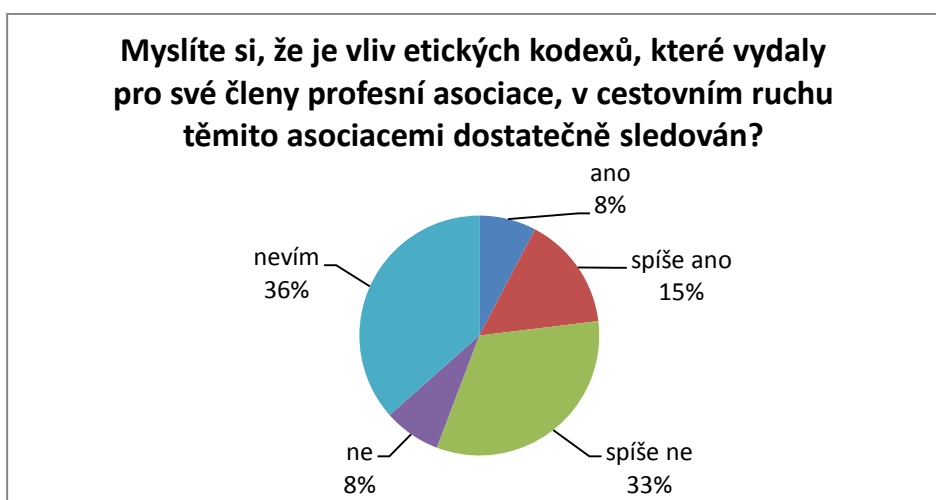


Graf 40: Informace o etických kodexech - profesní asociace

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 24: Myslíte si, že je vliv etických kodexů, které vydaly pro své členy profesní asociace, v cestovním ruchu těmito asociacemi dostatečně sledován?

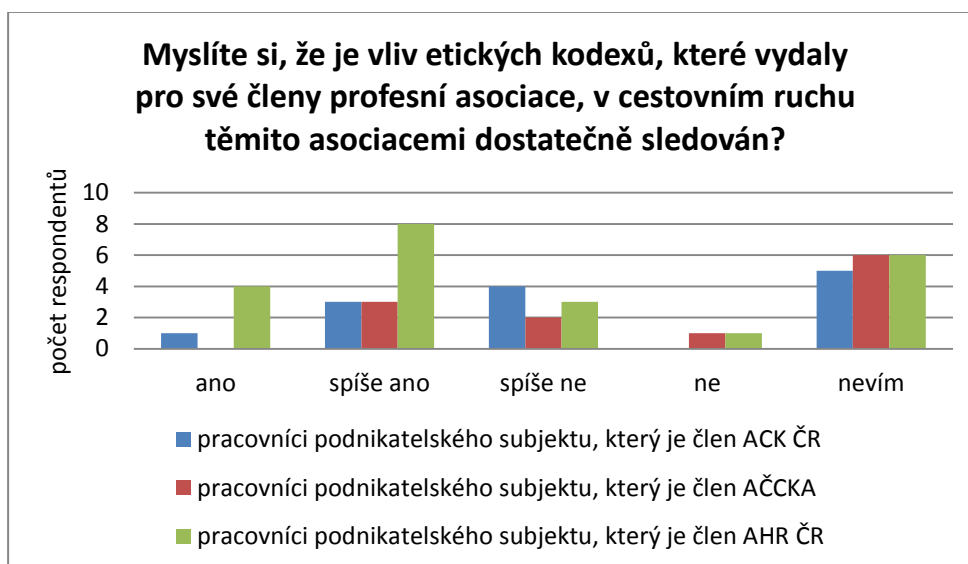
19 respondentů zvolilo odpověď „nevím“, 17 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 8 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 4 respondenti zvolili odpověď „ano“ a 4 respondenti zvolili odpověď „ne“.



Graf 41: Sledování vlivu etických kodexů

Zdroj: Vlastní zpracování

Nelze s jistotou tvrdit, že vliv etického kodexu sleduje více jedna profesní asociace než jiná.



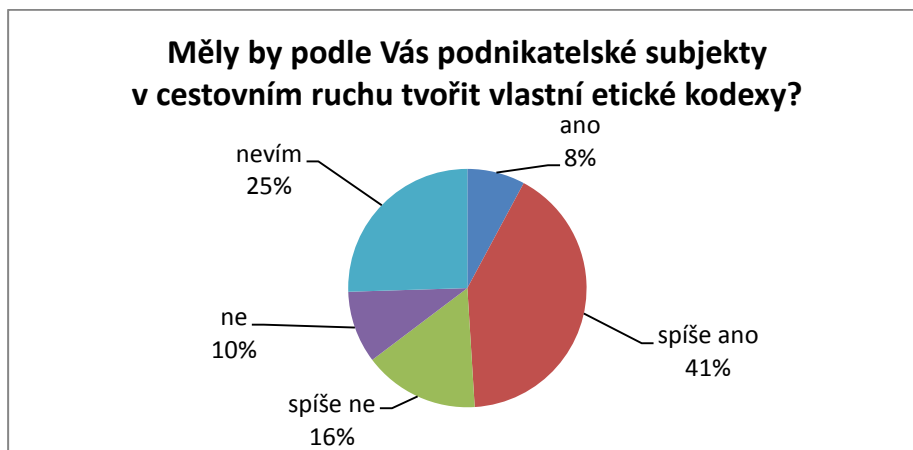
Graf 42: Sledování vlivu etických kodexů - profesní asociace

Zdroj: Vlastní zpracování

5.1.9 Etické kodexy tvořené podnikatelskými subjekty

Otázka č. 25: Měly by podle Vás podnikatelské subjekty v cestovním ruchu tvořit vlastní etické kodexy?

21 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 13 respondentů zvolilo odpověď „nevím“, 8 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 5 respondentů zvolilo odpověď „ne“ a 4 respondenti zvolili odpověď „ano“.

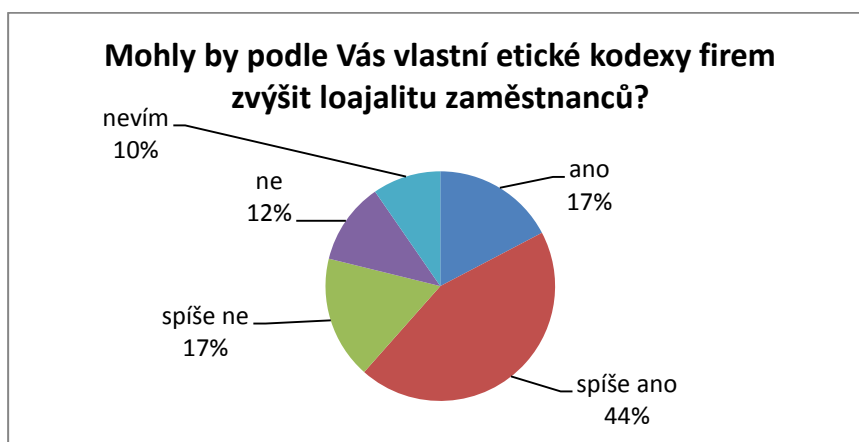


Graf 43: Etické kodexy podnikatelských subjektů

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 26: Mohly by podle Vás vlastní etické kodexy firem zvýšit loajalitu zaměstnanců?

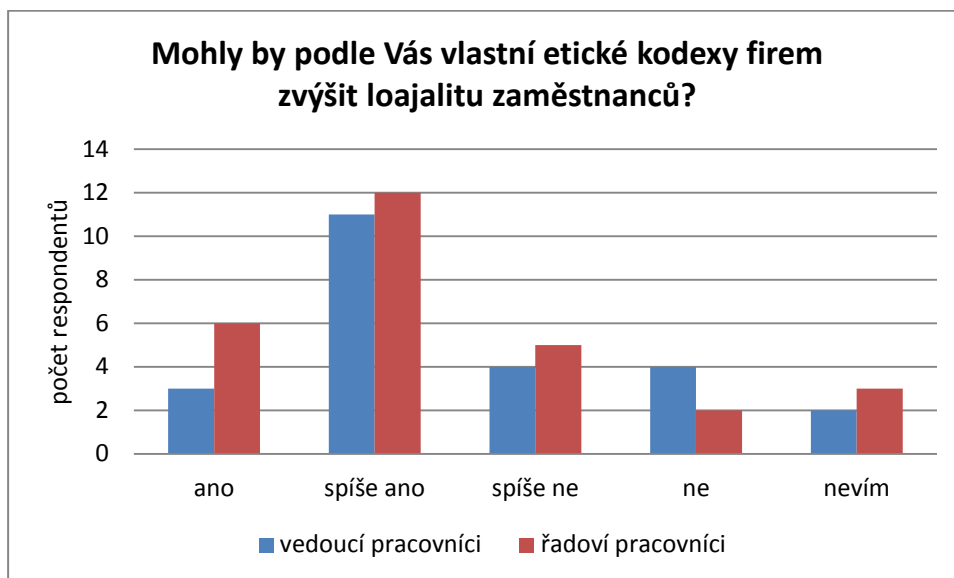
23 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 9 respondentů zvolilo odpověď „ano“, 9 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“, 6 respondentů zvolilo odpověď „ne“ a 5 respondentů zvolilo odpověď „nevím“.



Graf 44: Etické kodexy a loajalita zaměstnanců

Zdroj: Vlastní zpracování

O tom, že by etické kodexy firem mohly zvýšit loajalitu zaměstnanců, byli spíše méně přesvědčeni vedoucí než řadoví pracovníci.

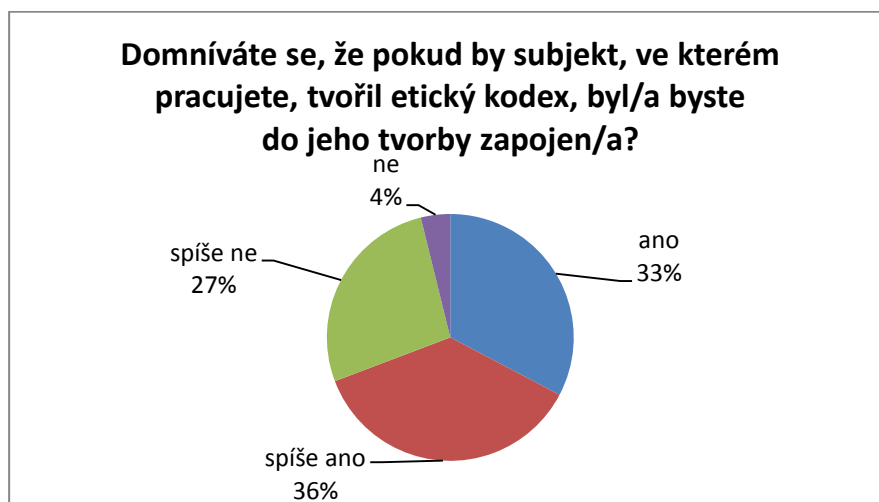


Graf 45: Etické kodexy a loajalita zaměstnanců - vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 27: Domníváte se, že pokud by subjekt, ve kterém pracujete, tvořil etický kodex, byl/a byste do jeho tvorby zapojen/a?

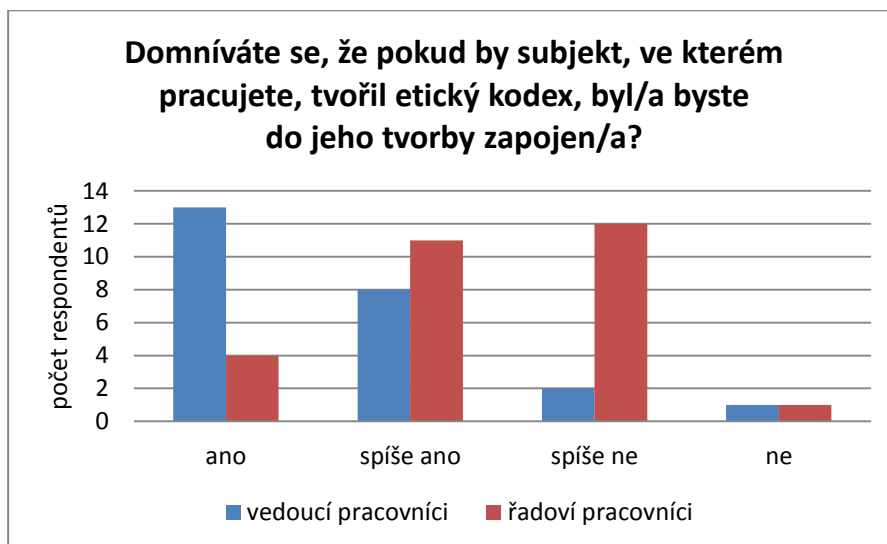
19 respondentů zvolilo odpověď „spíše ano“, 17 respondentů zvolilo odpověď „ano“, 14 respondentů zvolilo odpověď „spíše ne“ a 2 respondenti zvolili odpověď „ne“.



Graf 46: Zapojení do tvorby etického kodexu

Zdroj: Vlastní zpracování

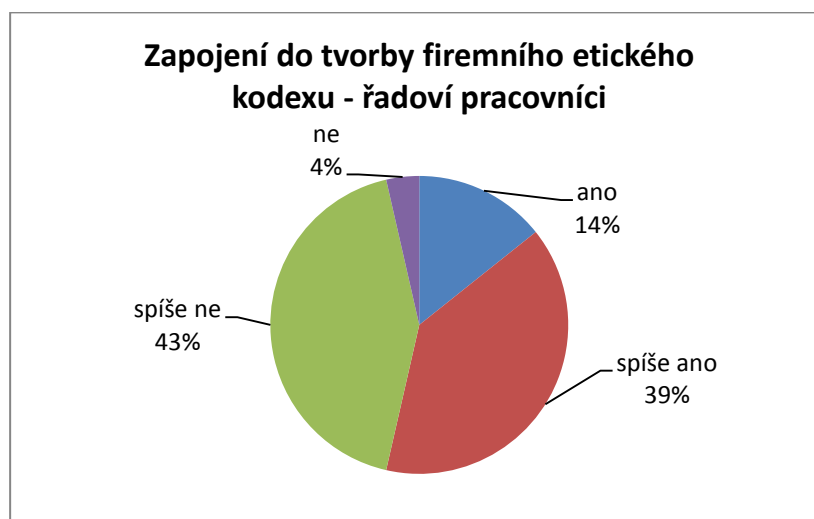
Dle výsledků dotazníkového šetření se zdá, že do tvorby firemního etického kodexu by s největší pravděpodobností byla zapojena většina dotázaných vedoucích pracovníků, ovšem i mnozí dotázaní řadoví pracovníci by dle jejich odpovědí mohli být zapojeni do jeho tvorby.



Graf 47: Zapojení do tvorby etického kodexu - vedoucí/řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

Do tvorby firemního etického kodexu by teoreticky mohla být zapojena přibližně polovina řadových pracovníků, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření.



Graf 48: Zapojení do tvorby etického kodexu - řadoví pracovníci

Zdroj: Vlastní zpracování

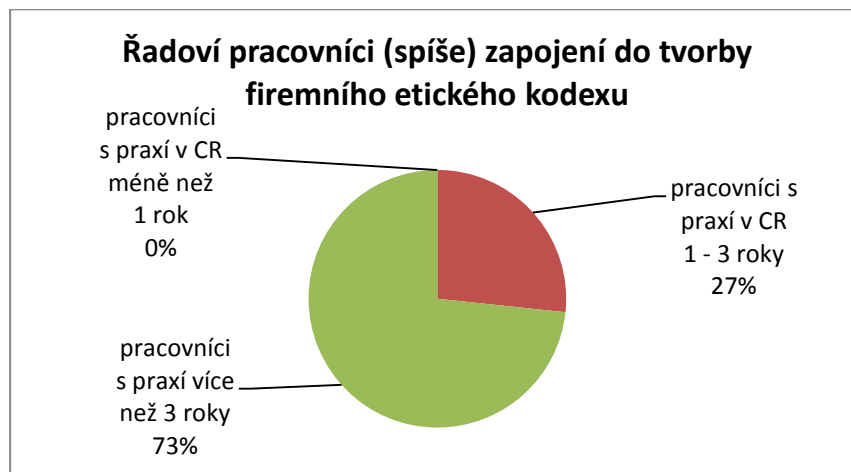
Respondenti, kteří byli řadovými pracovníky a byli by (spíše) zapojeni do tvorby firemního etického kodexu, ve větší míře pracovali v cestovních kancelářích a agenturách než v ubytovacích a restauračních zařízeních.



Graf 49: Řadoví pracovníci (spíše) zapojení do tvorby firemního etického kodexu - podnikatelský subjekt

Zdroj: Vlastní zpracování

Dále se respondenti, kteří byli řadovými pracovníky a (spíše) by byli zapojeni do tvorby firemního etického kodexu, skládali pouze z těch respondentů, kteří v oblasti cestovního ruchu pracují déle než 1 rok.



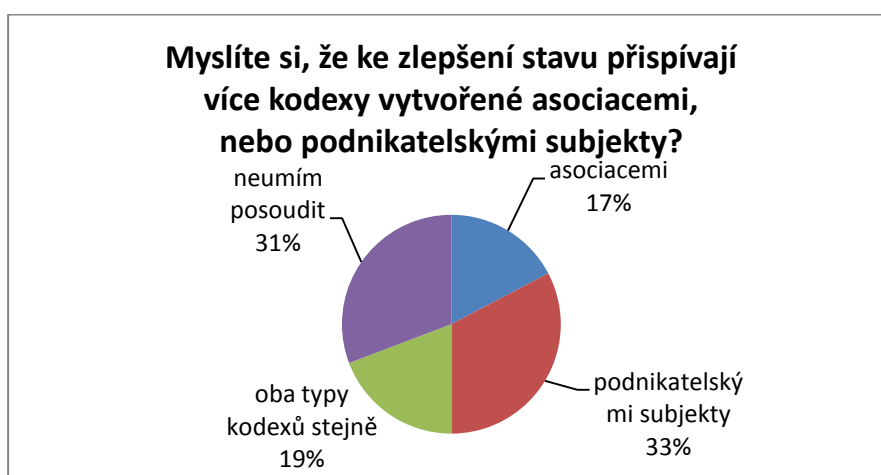
Graf 50: Řadoví pracovníci (spíše) zapojení do tvorby firemního etického kodexu - délka praxe

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 28: Myslíte si, že ke zlepšení stavu přispívají více kodexy vytvořené asociacemi, nebo podnikatelskými subjekty?

17 respondentů zvolilo odpověď „podnikatelskými subjekty“, 16 respondentů zvolilo odpověď „neumím posoudit“, 10 respondentů zvolilo odpověď „oba typy kodexů stejně“ a 9 respondentů zvolilo odpověď „asociacemi“.

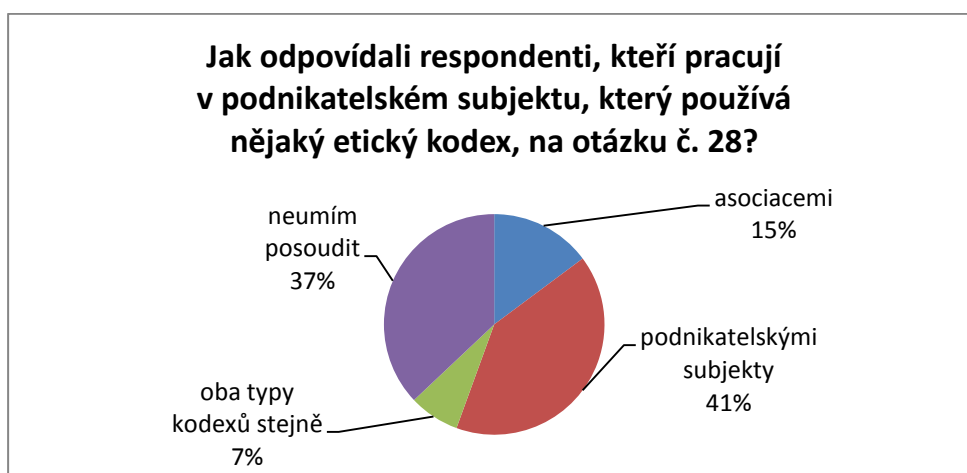
Mnoho respondentů tedy považuje za užitečné etické kodexy vytvořené podnikatelskými subjekty. K tomu je ovšem třeba aktivita a snaha těchto subjektů a jejich pracovníků.



Graf 51: Vliv jednotlivých druhů etických kodexů

Zdroj: Vlastní zpracování

Respondenti, kteří pracují v podnikatelském subjektu, který používá nějaký etický kodex, se pak ještě více přiklánějí k tomu, že ke zlepšení stavu přispívají více firemní etické kodexy.



Graf 52: Vliv jednotlivých druhů etických kodexů - spojitost s otázkou č. 5

Zdroj: Vlastní zpracování

U odpovědí respondentů z cestovních kanceláří/agentur i ubytovacích/restauračních zařízeních lze v rámci této problematiky spatřovat určité rozdíly v preferencích druhu etického kodexu v závislosti na typu podnikatelského subjektu. Obě skupiny respondentů se spíše přikláněly k tomu, že ke zlepšení stavu více přispívají firemní etické kodexy. Respondenti z ubytovacích a restauračních zařízení se pak více než pracovníci cestovních kanceláří a agentur domnívali, že oba druhy etických kodexů přispívají ke zlepšení stavu stejně.

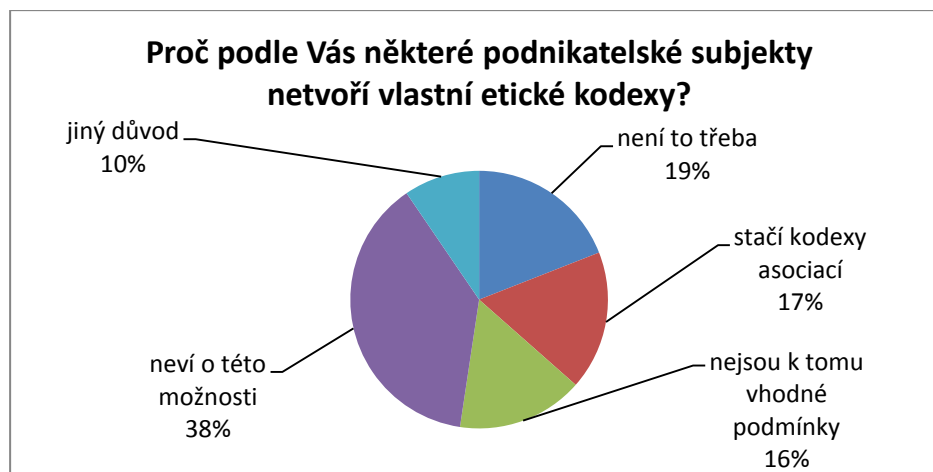


Graf 53: Vliv jednotlivých druhů etických kodexů - podnikatelské subjekty

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 29: Proč podle Vás některé podnikatelské subjekty netvoří vlastní etické kodexy?

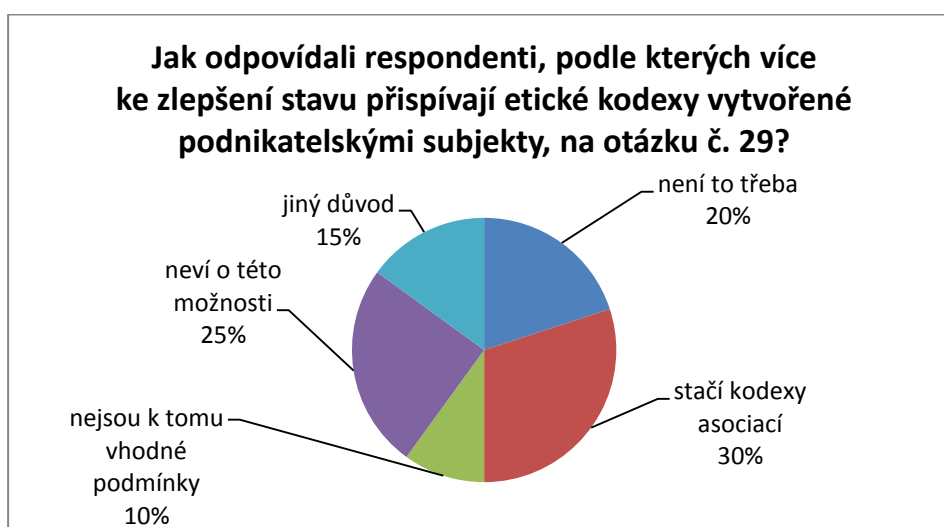
U této otázky bylo možné označit více odpovědí. 24 respondentů zvolilo odpověď „neví o této možnosti“, 12 respondentů zvolilo odpověď „není to třeba“, 11 respondentů zvolilo odpověď „stačí kodexy asociací“, 10 respondentů zvolilo odpověď „nejsou k tomu vhodné podmínky“ a 6 respondentů zvolilo odpověď „jiný důvod“ (jeden z těchto respondentů okomentoval tuto volbu slovy „každý subjekt má svůj etický kodex, jen ne v tak vysokém měřítku“).



Graf 54: Důvody pro netvoření firemních etických kodexů

Zdroj: Vlastní zpracování

Respondenti, kteří u otázky č. 28 uvedli, že ke zlepšení stavu více přispívají etické kodexy vytvořené podnikatelskými subjekty, na otázku č. 29 však nejvíce označovali tu možnost, že „stačí kodexy asociací“, což je poněkud rozporuplné.



Graf 55: Důvody pro netvoření firemních etických kodexů – spojitost s otázkou č. 28

Zdroj: Vlastní zpracování

6 Shrnutí výsledků

Ideálního stavu praxe prozatím nedosahuje. Míra povědomí o etických kodexech není příliš uspokojivá, ačkoli některé podnikatelské subjekty etické kodexy používají. Spíše než o firemní etické kodexy se jedná o etické kodexy vydané asociacemi. Pozitivní ale pro etické kodexy je, že respondenti jim přisuzují význam i praktický vliv. Například se domnívají, že etické kodexy spíše mají schopnost podnítit snahu o korektní jednání mezi pracovníky v cestovním ruchu.

1) Vědí pracovníci vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, o existenci etických kodexů?

H1: Většina oslovených pracovníků členských subjektů profesních asociací v Královéhradeckém kraji ví o existenci etických kodexů v oblasti cestovního ruchu.

S ohledem na výsledky dotazníkového šetření, zejména otázky č. 10, lze konstatovat, že pouze velmi těsná většina (51% respondentů) slyšela o etických kodexech v oblasti cestovního ruchu. To znamená, že skoro polovina respondentů o nich neměla povědomí, tedy ani o etických kodexech profesních asociací. Lepší povědomí o etických kodexech měli vedoucí než řadoví pracovníci.

Navíc pouze 40% respondentů slyšelo o konceptu společenské odpovědnosti firem (viz analýza odpovědí na otázku č. 7).

Povědomí respondentů se nejčastěji týkalo etických kodexů vydaných profesními asociacemi (viz analýza odpovědí na otázku č. 11). To však bylo pravděpodobně způsobeno tím, že firemní etické kodexy nejsou příliš vydávány a využívány. Lze předpokládat, že pokud by podnikatelské subjekty vydávaly vlastní etické kodexy, zlepšilo by se i povědomí o etických kodexech v cestovním ruchu.

Lze také poukázat na otázku č. 5, kdy 54% většina respondentů odpověděla, že podnikatelský subjekt používá nějaký etický kodex.

Hypotézu lze potvrdit, nicméně ona většina byla velmi těsná a z odpovědí respondentů vyplývá, že jejich povědomí o etických kodexech často není ucelené a přesvědčivé.

Odpověď byla zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

2) Přisuzují pracovníci vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji, které jsou zároveň členy ACK ČR, AČC-KA nebo AHR ČR, etickým kodexům v cestovním ruchu praktický význam?

H2: Část dotázaných pracovníků se domnívá, že etické kodexy v cestovním ruchu mají praktický význam.

V návaznosti na výsledky dotazníkového šetření, zejména na otázku č. 15 a č. 16, lze konstatovat, že se respondentům jevily etické kodexy (spíše) jako důležité (90% respondentů) a s praktickým významem (81% respondentů). Jako důležité označili etické kodexy v cestovním ruchu i respondenti, kteří neměli příliš povědomí o etických kodexech. Ohledně praktického vlivu etických kodexů v cestovním ruchu byli o něco více optimističtější řadoví než vedoucí pracovníci. Podle respondentů etické kodexy v cestovním ruchu spíše mají šanci podnítit u pracovníků větší snahu o korektní jednání (viz analýza odpovědí na otázku č. 17). Praktický význam lze spatřovat i v tom, že i většina respondentů se domnívá, že etické kodexy mohou být prospěšné z hlediska image firem (viz analýza odpovědí na otázku č. 18).

Hypotézu lze potvrdit.

Odpověď byla zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

3) Mají podle pracovníků vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, profesní asociace vliv na etické chování svých členů (v souvislosti s etickým kodexem)?

H3: Většina dotázaných pracovníků se domnívá, že profesní asociace mají vliv na etické chování svých členů.

Profesní asociace podle respondentů příliš nemají vliv na to, jak se jejich členové chovají (viz analýza odpovědí na otázku č. 22). Informace o etických kodexech však podle 42% respondentů minimálně mezi svými členy šíří (viz analýza odpovědí na otázku č. 23). Vliv etických kodexů však profesní asociace podle 41% respondentů (spíše) nesledují dostatečně (viz analýza odpovědí na otázku č. 24). Mnoho respondentů si ale ohledně odpovědí u těchto otázek týkajících se profesních asociací nebylo jistých (odpověď „nevím“ označilo u otázky č. 22

29% respondentů, u otázky č. 23 33% respondentů a u otázky č. 24 dokonce 36% respondentů).

Hypotézu nelze potvrdit, analýza výsledků dotazníkového šetření ji spíše vyvrací.

Odpověď byla zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

4) Měly by být podle pracovníků vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, vydávány firemní etické kodexy?

H4: Většina dotázaných pracovníků se domnívá, že by firemní etické kodexy měly být vydávány.

49% respondentů se přiklání k tomu, že by podnikatelské subjekty (spíše) měly tvořit vlastní etické kodexy (26% se naopak domnívalo, že by (spíše) neměly a 25 % respondentů nevědělo, viz analýza odpovědí na otázku č. 25). Více respondentů se navíc přiklání k variantě, že ke zlepšení stavu přispívají více etické kodexy vytvořené podnikatelskými subjekty než profesními asociacemi (viz analýza odpovědí na otázku č. 28). Důvodem pro jejich přijetí by mohlo být i to, že podle 61% respondentů by etické kodexy (spíše) mohly pomoci zvýšit loajalitu zaměstnanců (viz analýza odpovědí na otázku č. 26).

Jako největší překážka pro tvorbu firemních etických kodexů v cestovním ruchu se pak dle odpovědí respondentů jeví neznalost možnosti využití etického kodexu (38% respondentů, viz analýza odpovědí na otázku č. 29).

Jako etický problém v oblasti cestovního ruchu byl uveden zejména vztah se zákazníky a s nadřízenými (viz analýza odpovědí na otázku č. 6). Tento problém by se dal upravit pravidly obsaženými v etickém kodexu, neboť etický kodex se jeví jako možný prostředek vedoucí k více odpovědnému přístupu (viz analýza odpovědí na otázku č. 8). Mnoho respondentů (48%) však neslyšelo o konceptu společenské odpovědnosti firem (viz analýza odpovědí na otázku č. 7). Tato neznalost by mohla mít vliv na přijímání etického kodexu pracovníky.

Nicméně většina respondentů (57%) se domnívala, že právní rámec má být doplněn o formulaci etických pravidel (viz analýza odpovědí na otázku č. 13). K tomu je ovšem třeba dodat, že ne všichni respondenti zastávali názor,

že dodržování etického kodexu má být upraveno smluvně (viz analýza odpovědí na otázku č. 20).

Většina respondentů (85%) považovala etické kodexy za (spíše) výhodné z hlediska image podniku (viz analýza odpovědí na otázku č. 18). Řadoví pracovníci byli o této funkci dokonce více přesvědčeni než vedoucí pracovníci.

Konfliktům na pracovišti ovšem podle 56% respondentů etické kodexy (spíše) nemohou předejít (viz analýza odpovědí na otázku č. 19). Skeptičtěji se pak na tuto úlohu etických kodexů dívali vedoucí pracovníci.

Vzhledem k výše uvedeným faktům a tomu, že by o firemním etickém kodexu mohli mít pracovníci lepší povědomí než o etickém kodexu profesní asociace, lze hypotézu spíše potvrdit.

Odpověď byla zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

5) Domnívají se i řadoví pracovníci vybraných podnikatelských subjektů cestovního ruchu, které jsou členy profesních asociací v Královéhradeckém kraji, že by byli zapojeni do tvorby firemního etického kodexu?

H5: I někteří oslovení řadoví pracovníci by byli zapojeni do tvorby firemního etického kodexu.

Většina respondentů (69%) by prý pravděpodobně byla zapojena do tvorby etického kodexu (viz analýza odpovědí na otázku č. 27). Většinu respondentů, kteří by (spíše) byli zapojeni do tvorby firemního etického kodexu, samozřejmě tvořili vedoucí pracovníci, ovšem i 53% řadových pracovníků, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření, by prý mohlo být zapojeno do tvorby firemního etického kodexu. Většina těchto řadových pracovníků pracovala v cestovních kancelářích a agenturách. Délka praxe nikoho z těchto řadových pracovníků nebyla kratší než 1 rok.

Hypotézu lze potvrdit.

Odpověď byla zpracována pomocí analýzy výsledků dotazníkového šetření.

7 Závěry a doporučení

Práce se pokusila nastínit, jaký význam mají etické kodexy pro pracovníky v cestovním ruchu. Pro zjištění, jakou roli mohou hrát, se práce zabývala tématy, která s etickými kodexy v oblasti cestovního ruchu souvisí. To bylo důležité proto, že tato témata tvoří podklad pro vznik a fungování etických kodexů v oblasti cestovního ruchu a mají vliv na význam etických kodexů pro pracovníky v cestovním ruchu.

Dále se práce pokusila pomocí dotazníkového šetření zjistit názory pracovníků cestovního ruchu dle stanovených kritérií (viz kapitola 5.1) v Královéhradeckém kraji. Jedná se o příklad působení etických kodexů v praxi cestovního ruchu.

Z teoretické části vyplývá, že etický kodex je dokument, v němž jsou obsažena pravidla chování. Je nástrojem konceptu společenské odpovědnosti firem. V České republice jsou zatím spíše než etické kodexy firem využívány etické kodexy profesních asociací, například vydaný AHR ČR nebo AČCKA. Těmi jsou v zásadě určitým způsobem vázáni pouze členové těchto asociací. Důležitým etickým kodexem na mezinárodní úrovni je pak Globální kodex etiky v turismu od UNWTO. Etické kodexy asociací obsahují zejména pravidla související s konkurenčním prostředím, vztahem k místní komunitě, pracovními podmínkami zaměstnanců, vztahy k dodavatelům či udržitelným cestovním ruchem. Problémem etických kodexů je obtížná vymahatelnost, je vhodná alespoň smluvní úprava o dodržování etického kodexu, ustanovení o povinnosti chovat se v souladu s etickým kodexem může být součástí například pracovní smlouvy.

Podle výsledků dotazníkového šetření (konkrétně analýzy odpovědí na otázku č. 20), jsou však postoje ke smluvní úpravě dodržování etických kodexů mezi pracovníky v cestovním ruchu nejednotné. Na motivaci pracovníků, aby dodržovali etický kodex, by se tedy mělo více zapracovat, ovšem bylo by na místě zvážit, jakými způsoby. Důležitou roli by v tom mohli hrát vedoucí pracovníci a jejich přístup.

Při přijímání a zavádění etického kodexu je důležité vhodně postupovat. Vedoucí zaměstnanci by se zaměstnanci měli o etickém kodexu komunikovat, informovat je o etickém kodexu, je možné uskutečnit i školení a výcvik k etickému chování. Při tvorbě etického kodexu lze zapojit i zaměstnance. Z empirické části

ostatně vyplývá, že mnoho respondentů by do tvorby firemního etického kodexu bylo zapojeno, především vedoucích pracovníků. Zapojeni by byli i mnozí řadoví pracovníci, což je pozitivní, neboť je vhodné, aby se k firemnímu etickému kodexu mohli vyjádřit i řadoví zaměstnanci. Vliv (nejen) firemního etického kodexu by pak měl být vyhodnocován, což by byl úkol konkrétního podnikatelského subjektu, tedy nejspíše vedoucích pracovníků těchto subjektů.

Jak již bylo řečeno, podnikatelské subjekty v cestovním ruchu ČR prozatím spíše netvoří vlastní etické kodexy, ale v souladu s trendem a rozvojem konceptu společenské odpovědnosti firem a snahou o zajímavou image podniku by mohly být tvořeny stále častěji (1 respondent dokonce oslovil autorku pomocí e-mailu a projevil zájem o vytvoření vlastního etického kodexu pro „jeho“ ubytovací zařízení), neboť význam i praktický vliv jim byl přisuzován. Navíc z hlediska image podniku by to mohl být dobrý marketingový tah, jak si ostatně myslí i většina respondentů. Etické kodexy nemusí být záležitostí pouze velkých podniků.

Na základě studia literatury a především pak analýzy dotazníkového šetření lze dospět k závěru, že největším problémem etických kodexů je nedostatečná informovanost o nich. Proto lze doporučit, aby se například profesní asociace i konkrétní podnikatelské subjekty a jejich pracovníci snažili o zvyšování povědomí o etických kodexech (neboť o možnostech etických kodexů se nemusí vědět, viz například výsledky otázky č. 29). Pracovníci by v oblasti cestovního ruchu samozřejmě měli být motivováni k etickému chování, ale obecně by se též měli snažit mít co nejlepší přehled o podnikatelském subjektu, v němž pracují, a zájem o prosperitu tohoto subjektu.

Deklarování dodržování etických pravidel nemusí přinášet pouze povinnosti, ale i mnohé výhody, podle respondentů například větší loajalitu zaměstnanců. Analýza dat z praktické části dále ukázala, že ačkoli je myšlenka zapracování etických kodexů do oblasti cestovního ruchu v České republice důležitá, neboť i respondenti spatřovali v oblasti praxe cestovního ruchu několik etických problémů, tak vybraní pracovníci cestovního ruchu (přinejmenším) v Královéhradeckém kraji doposud nejsou dostatečně srozuměni s fungováním etických kodexů. Většina oslovených pracovníků sice považuje etické kodexy v cestovním ruchu z různých pohledů za významné a s praktickým vlivem, ovšem jejich povědomí o nich není nijak silné. Pokud někteří pracovníci slyšeli o etických kodexech v cestovním ru-

chu, jednalo se především o etické kodexy profesních asociací, povědomí o Globálním kodexu etiky v turismu bylo velice slabé. V současné době lze však konstatovat, že etické kodexy vydané profesními asociacemi pravděpodobně nezaujímají v praxi podnikatelských subjektů podstatnou roli, neboť jinak by respondenti o nich měli mít lepší povědomí. Navíc se ani nepodařilo prokázat, že by profesní asociace dostatečně sledovaly působení etických kodexů, které vydaly. Proto se zdá role etických kodexů, které vydaly profesní asociace, velice nejasná pro praxi konkrétních podnikatelských subjektů a lze usuzovat, že si pracovníci v cestovním ruchu získají lepší povědomí o firemním etickém kodexu, jenž je jim „bližší“ a na jehož tvorbě by se mohli podílet. S ním by se mohli i lépe sžít a samozřejmě je pravděpodobné, že by o něm byli také lépe informováni. Firemní etické kodexy by mohly vycházet například z etického kodexu vydaného profesní asociací. Ovšem bylo by vhodné, aby potenciální firemní etické kodexy pouze nepřejaly etické kodexy profesních asociací, nýbrž lze doporučit vytváření vlastního etického kodexu, jenž by byl originální, zohledňoval specifika podnikatelského subjektu a plně odpovídal poměrům ve firmě. To pomůže i míře ztotožnění pracovníků firem s etickým kodexem.

V souladu s výsledky dotazníkového šetření by pak etické kodexy v cestovním ruchu měly obsahovat především pravidla o vztazích pracovníků s klienty, nadřízenými a standardech kvality.

8 Seznam zdrojů

8.1 Knižní zdroje

- [1] BERÁNEK, Jaromír. *Provozujeme pohostinství a ubytování*. 1. vydání. Praha: Grada, 2004. 180 s. ISBN 80-86724-02-6
- [2] BERÁNEK, Jaromír a KOTEK, Pavel. *Řízení hotelového provozu*. 3. vydání. Praha: Mag Consulting: Grada, 2003. 218 s. ISBN 80-86724-00-X
- [3] BLÁHA, Jiří a DYTRT, Zdenek. *Manažerská etika*. 1. vydání. Praha: Management Press, 2003. 155 s. ISBN 80-7261-084-8
- [4] DLOUHÁ, Jana, DLOUHÝ, Jiří a MEZŘICKÝ, Václav. *Globalizace a globální problémy*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Centrum pro otázky životního prostředí, 2006. 312 s. ISBN 80-87076-01-X
- [5] KULDOVÁ, Lucie. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vydání. Kanina: OPS, 2010. 189 s. ISBN 978-80-87269-12-1
- [6] KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vydání. Praha: Grada, 2012. 201 s. ISBN 978-80-247-3983-0
- [7] LINHART, Jiří. *Slovník cizích slov pro nové století*. Litvínov: Dialog, 2004. 412 s. ISBN 80-85843-61-7
- [8] PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost cestovního ruchu*. 3. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. 335 s. ISBN 978-80-7435-329-1
- [9] PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1. vydání. Praha: Grada, 2013. 217 s. ISBN 978-80-247-3751-5
- [10] PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 1. vydání. Praha: Grada, 2011. 221 s. ISBN 978-80-247-3750-8
- [11] PETRÁŠ, René. *Právo a cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2013. 224 s. ISBN 978-80-7452-032-7
- [12] ROLNÝ, Ivo a LACINA, Lubor. *Globalizace, etika a ekonomika*. 3. vydání. Ostrava: Key Publishing, 2008. 281 s. ISBN 978-80-87071-62-5

- [13] SEMRÁDOVÁ, Ilona. *Inspirativní etické koncepce*. Hradec Králové: WAMAK CZ s.r.o. pro nakladatelství Miloše Vognara M&V, 2012. 111 s. ISBN 978-80-86771-49-6
- [14] ZELENKA, Josef a PÁSKOVÁ, Martina. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vydání. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2

8.2 Internetové zdroje

- [15] ASOCIACE CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ ČR. Alvarez s.r.o. *Asociace cestovních kanceláří ČR* [online]. 2015a [vid. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://www.ackcr.cz/clenove/?id=290>
- [16] ASOCIACE CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ ČR. Členové. *Asociace cestovních kanceláří ČR* [online]. 2015b [vid. 2015-01-26]. Dostupné z: <http://www.ackcr.cz/clenove/>
- [17] ASOCIACE CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ ČR. Fischer Group. *Asociace cestovních kanceláří ČR* [online]. 2015c [vid. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://www.ackcr.cz/clenove/?id=50>
- [18] ASOCIACE CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ ČR. Mapa členů. *Asociace cestovních kanceláří ČR* [online]. 2015d [vid. 2015-01-26]. Dostupné z: <http://www.ackcr.cz/mapa-provozoven/>
- [19] ASOCIACE CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ ČR. Morální kodex. *Asociace cestovních kanceláří ČR* [online]. 2011 [vid. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://www.ackcr.cz/moralni-kodex/>
- [20] ASOCIACE ČESKÝCH CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ A AGENTUR. Členové Asociace. *Asociace českých cestovních kanceláří a agentur* [online]. 2015 [vid. 2015-01-26]. Dostupné z <http://www.accka.cz/stranky/clenove-accka>
- [21] ASOCIACE ČESKÝCH CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ A AGENTUR. Etický kodex. *Asociace českých cestovních kanceláří a agentur* [online]. 2012 [vid. 2015-04-26]. Dostupné z <http://acka.anchoice.cz/img/agencies/524/eticky-kodex-k-16.11.2012.pdf>

- [22] ASOCIACE ČESKÝCH CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ A AGENTUR. O asociaci. *Asociace českých cestovních kancelářů a agentur* [online]. 2008 [vid. 2014-07-21]. Dostupné z: http://www.accka.cz/area.asp?area_id=8&place_id=1
- [23] ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. Členové. *Asociace hotelů a restaurací ČR* [online]. Praha, 2015 [vid. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/clenove/?f=1&categories=50-30-63-86-87-31-84-88®ions2=20>
- [24] ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. Etický kodex. *Asociace hotelů a restaurací ČR* [online]. Praha, 2006 [vid. 2014-05-06]. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/cz/eticky-kodex>
- [25] ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. Představení asociace. *Asociace hotelů a restaurací ČR* [online]. Praha, 2014 [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/predstaveni-asociace/>
- [26] ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. Stanovy. *Asociace hotelů a restaurací ČR* [online]. Praha, 2012 [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/cz/eticky-kodex>
- [27] CK FISCHER. Pobočky CK Fischer. *Cestovní kancelář Fischer* [online]. 2015a [vid. 2015-03-12]. Dostupné z: <http://www.fischer.cz/kontakty/seznam-pobocek?Region=5&District=&IsBranch=1>
- [28] CK FISCHER. Společenská odpovědnost CK Fischer a.s. *Cestovní kancelář Fischer* [online]. 2015b [vid. 2015-03-24]. Dostupné z: <http://www.fischer.cz/o-ck-fischer/Spolecenska-odpovednost>
- [29] CK TILIA. Etický kodex pronajímatele říčních lodí. *TILIA cestovní kancelář* [online]. 2010 [vid. 2014-09-19]. Dostupné z: http://www.ck-tilia.cz/obsah/eticky_kodex
- [30] CK TILIA. Kontaktní informace. *TILIA cestovní kancelář* [online]. 2015 [vid. 2014-09-19]. Dostupné z: <http://www.ck-tilia.cz/clanek/Kontaktni-informace>
- [31] ČESKÁ BARMANSKÁ ASOCIACE. Etický kodex CBA. *CBA* [online]. 2008 [vid. 2014-09-19]. Dostupné z: <http://www.cbanet.cz/kodex.php>
- [32] ČESKÉ AEROLINIE A. S. Výroční zpráva 2010. *ČSA* [online]. 2011 [vid. 2014-09-09]. Dostupné z: http://www.csa.cz/cs/portal/quicklinks/news/vyrocnizpravy/vz_2010.pdf

- [33] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Hromadná ubytovací zařízení České republiky. ČSÚ [online]. 2015 [vid. 2015-01-26]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/huz/kraj.jsp?k=CZ052>
- [34] ETICS ITP. Pojištění profesní odpovědnosti. *Etics INTERNATIONAL TRAVEL PROTECTION* [online]. 2010 [vid. 2014-09-19]. Dostupné z: <http://www.etics.cz/st6-pojisteni-profesni-odpovednosti>
- [35] HÁNEČKA, Lubomír. 37. Popište jednotlivé druhy etických kodexů. *IUS WIKI* [online]. 2011 [vid. 2014-09-09]. Dostupné z: http://www.ius-wiki.eu/tnh/pfuk/etika_v_podnikani/37
- [36] INTERNATIONAL HOTEL & RESTAURANT ASSOCIATION. Doložky ke kodexu IH&RA / UFTAA. *COT Business* [online]. 2006 [vid. 2014-05-08]. Dostupné z: http://www.cot.cz/data/cesky/01_02/2_ubyt_8.htm
- [37] KADLEC, Zdeněk. Etický kodex zaměstnanců Kraje Vysočina. *Kraj Vysočina* [online]. 2012 [2014-05-08]. Dostupné z: <http://www.kr-vysocina.cz/eticky-kodex-zamestnancu-kraje-vysocina/ds-302139/archiv=0&p1=40906>
- [38] KOMISE PRO CENNÉ PAPÍRY. Kodex správy a řízení společností založený na Principech OECD. *RM-Systém, česká burza cenných papírů*. [online]. 2004 [vid. 2014-09-09]. Dostupné z: <http://www.rmsystem.cz/docs/clanky/Kodex%20spravy%20a%20rizeni%20spolecnos-ti%20zalozeny%20na%20Principech%20OECD%20%282004%29.pdf>
- [39] KRAUS, Daniel. *Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu*. Brno, 2006. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. 92 s. [online]. [vid. 2014-05-08]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/137206/esf_m?info=1;zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3Dtrvale%20udr%C5%BEiteln%C3%BD%20rozvoj%20cestovn%C3%ADho%20ruchu%20kraus%20agenda:th%26start%3D1
- [40] KUBÁSEK, Miroslav. Podnikatelská charta pro (trvale) udržitelný rozvoj. *EnviWeb* [online]. 2012 [vid. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://www.enviweb.cz/eslovník/180>
- [41] MĚSTSKÝ ÚŘAD VYŠKOV. Etický kodex zaměstnanců Města Vyškova. *Městský úřad Vyškov* [online]. 2007 [vid. 2015-04-26]. Dostupné z: <http://www.vyskov-mesto.cz/vismo/dokumenty2.asp?id=572012>

- [42] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Cestovní ruch a agroturistika. *Podnikání v cestovním ruchu na venkově*. 2013 [vid. 2014-09-15]. Dostupné z: <http://www.kcilf.cz/wp-content/uploads/2010/07/Cestovn%C3%AD-ruch-a-agroturistika.pdf>
- [43] PECHANEC, Vít. Profesní organizace v ČR. *Cestovni-ruch.cz* [online]. 2011. [vid. 2014-11-11]. Dostupné z: <http://www.cestovni-ruch.cz/zdroje/sdruzenicr.php>
- [44] PINCOVÁ, Věra. *Památková péče a cestovní ruch, specifické problémy lokalit v ČR*. Brno, 2008. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. [online]. [vid. 2014-05-08]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/73701/esf_m/diplomova_prace_-_Bc._Vera_Pincova.txt
- [45] SPRÁVA KRKONOŠSKÉHO NÁRODNÍHO PARKU. Etický kodex. *KRNAP - Krkonošský národní park* [online]. 2014 [vid. 2015-04-26]. Dostupné z: <http://www.krnep.cz/eticky-kodex/>
- [46] SVAZ MĚST A OBCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. Etický kodex cestovního ruchu. *Svaz měst a obcí České republiky* [online]. 2010 [vid. 2014-05-06]. Dostupné z: <http://www.smocr.cz/cz/oblasti-cinnosti/cestovni-ruch/eticky-kodex-cestovniho-ruchu.aspx>
- [47] UNWTO. Global Code of Ethics for Tourism. *Ethics and Social Responsibility* [online]. 2014 [vid. 2014-05-06]. Dostupné z: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>
- [48] UNWTO. Globální etický kodex cestovního ruchu. *UNWTO* [online]. 2005 [vid. 2014-05-06]. Dostupné z: <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/czechrepublic.pdf>
- [49] VALNÁ HROMADA SVAZU OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR. Etický kodex svazu obchodu a cestovního ruchu ČR. *Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR* [online]. 2011 [vid. 2014-05-06]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/file/2258/Eticky%20kodex%20SOCR%20CR%20po%20VH%202011.pdf>

9 Seznam zkratek

ACK ČR – Asociace cestovních kanceláří České republiky

AČCKA – Asociace českých cestovních kanceláří a agentur

ADME – Asociace pro destinační management (Association of Destination Management Executives)

AHR ČR – Asociace hotelů a restaurací České republiky

A.T.I.C. – Asociace turistických informačních center České republiky (Association of Tourism Information Centres)

CA – cestovní agentura

CK – cestovní kancelář

CR – cestovní ruch

ČR – Česká republika

EU – Evropská unie

IHRA – Mezinárodní asociace hotelů a restaurací (International Hotel & Restaurant Association)

KRNAP – Krkonošský národní park

OSN – Organizace spojených národů (United Nations)

SOCR ČR – Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky

UFTAA – Světová asociace cestovních kanceláří (United Federation of Travel Agents' Associations)

UNWTO – Světová organizace cestovního ruchu (United Nations World Tourism Organization)

10 Seznam objektů

Obrázky:

Obr. 1: Subjekty cestovního ruchu a etické kodexy22

Grafy:

Graf 1: Používání etických kodexů podnikatelskými subjekty40

Graf 2: Používání etických kodexů podnikatelskými subjekty –
podnikatelské subjekty.....40

Graf 3: Používání etických kodexů podnikatelskými subjekty -
vedoucí/řadoví pracovníci.....41

Graf 4: Otázka č. 5 - odpověď „nevím“ - délka praxe41

Graf 5: Povědomí o společenské odpovědnosti firem42

Graf 6: Povědomí o společenské odpovědnosti firem – vedoucí/řadoví
pracovníci43

Graf 7: Povědomí o společenské odpovědnosti firem – spojitost
s otázkou č. 5.....43

Graf 8: Praxe a odpovědný přístup44

Graf 9: Motivace firem45

Graf 10: Povědomí o etických kodexech45

Graf 11: Povědomí o etických kodexech – spojitost s otázkou č. 5.....46

Graf 12: Povědomí o etických kodexech - délka praxe.....47

Graf 13: Povědomí o etických kodexech - vedoucí/řadoví pracovníci47

Graf 14: Povědomí o etických kodexech – konkrétní etické kodexy48

Graf 15: Témata etického kodexu v cestovním ruchu49

Graf 16: Uplatňování etických pravidel.....50

Graf 17: Uplatňování etických pravidel - vedoucí/řadoví pracovníci50

Graf 18: Rozdíly v korektnějším chování.....51

Graf 19: Rozdíly v korektnějším chování - vedoucí/řadoví pracovníci51

Graf 20: Důležitost etických kodexů.....52

Graf 21: Důležitost etických kodexů - podnikatelské subjekty.....52

Graf 22: Důležitost etických kodex – spojitost s otázkou č. 1053

Graf 23: Důležitost etických kodexů - vedoucí/řadoví pracovníci53

Graf 24: Praktický význam etických kodexů	54
Graf 25: Praktický význam etických kodexů – spojitost s otázkou č. 10	54
Graf 26: Praktický význam etických kodexů - vedoucí/řadoví pracovníci ..	55
Graf 27: Podnícení snahy o korektní jednání.....	55
Graf 28: Podnícení snahy o korektní jednání – spojitost s otázkou č. 5	56
Graf 29: Etické kodexy a image podniku	56
Graf 30: Etické kodexy a image podniku - vedoucí/řadoví pracovníci.....	57
Graf 31: Etické kodexy a konflikty na pracovišti	57
Graf 32: Etické kodexy a konflikty na pracovišti – vedoucí/řadoví pracovníci	58
Graf 33: Dodržování etických kodexů.....	58
Graf 34: Dodržování etických kodexů – spojitost s otázkou č. 13.....	59
Graf 35: Praktické využití etického kodexu.....	60
Graf 36: Praktické využití etického kodexu – spojitost s otázkou č. 16.....	60
Graf 37: Vliv profesních asociací.....	61
Graf 38: Vliv profesních asociací – profesní asociace	61
Graf 39: Informace o etických kodexech.....	62
Graf 40: Informace o etických kodexech - profesní asociace.....	62
Graf 41: Sledování vlivu etických kodexů	63
Graf 42: Sledování vlivu etických kodexů - profesní asociace.....	63
Graf 43: Etické kodexy podnikatelských subjektů.....	64
Graf 44: Etické kodexy a loajalita zaměstnanců	64
Graf 45: Etické kodexy a loajalita zaměstnanců – vedoucí/řadoví pracovníci	65
Graf 46: Zapojení do tvorby etického kodexu.....	65
Graf 47: Zapojení do tvorby etického kodexu - vedoucí/řadoví pracovníci	66
Graf 48: Zapojení do tvorby etického kodexu - řadoví pracovníci	66
Graf 49: Řadoví pracovníci (spíše) zapojení do tvorby firemního etického kodexu - podnikatelský subjekt	67
Graf 50: Řadoví pracovníci (spíše) zapojení do tvorby firemního etického kodexu – délka praxe.....	67
Graf 51: Vliv jednotlivých druhů etických kodexů.....	68

Graf 52: Vliv jednotlivých druhů etických kodexů - spojitost s otázkou č. 5	68
Graf 53: Vliv jednotlivých druhů etických kodexů - podnikatelské subjekty	69
Graf 54: Důvody pro vytvoření firemních etických kodexů.....	70
Graf 55: Důvody pro vytvoření firemních etických kodexů – spojitost s otázkou č. 28.....	70

11 Přílohy

Příloha č. 1 – Formulář dotazníku

Příloha č. 2 – Seznam oslovených podnikatelských subjektů v rámci dotazníkového šetření

Příloha č. 3 – Tabulky výsledků dotazníkového šetření

Příloha č. 1 – Formulář dotazníku

Vážená paní/vážený pane,

jmenuji se Aneta Rejchrtová a jsem studentkou oboru Management cestovního ruchu na Fakultě informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové. Pro účely zpracování bakalářské práce na téma „Význam etických kodexů pro pracovníky v cestovním ruchu“ si Vás dovoluji oslovit s prosbou o vyplnění tohoto dotazníku.

Právě pro pohled této bakalářské práce do reality a praxe, jaké je povědomí o etických kodexech v oboru, doufám v získání Vašich postřehů. Proto se nezlobte, že Vás obtěžuji, a prosím o zodpovězení otázek v dotazníku.

Dotazníky jsou anonymní a odpovědi budou využity pouze pro průzkumné šetření bakalářské práce. Děkuji

VÝZNAM ETICKÝCH KODEXŮ PRO PRACOVNÍKY V CESTOVNÍM RUCHU v Královéhradeckém kraji

Zakroužkujte nebo vyplňte, prosím, nejvhodnější odpověď. (Zakroužkovat lze právě jednu odpověď. Pokud se jedná o otázku, kde lze zvolit více odpovědí, bude to upřesněno přímo u dané otázky.)

- 1) Jste pracovnící / pracovníkem v
 - a) cestovní kanceláři / cestovní agentuře
 - b) ubytovacím zařízením / restauračním zařízením

- 2) Pracujete na vedoucí pozici?
 - a) ano
 - b) ne

- 3) Jak dlouho pracujete v oblasti cestovního ruchu?
 - a) méně než 1 rok
 - b) 1 – 3 roky

c) více než 3 roky

4) Jaké profesní asociace je subjekt, v němž pracujete, členem?

- a) Asociace českých cestovních kancelářů a agentur
- b) Asociace cestovních kancelářů České republiky
- c) Asociace hotelů a restaurací České republiky
- d) jiné
- e) žádné
- f) nevím

Podnikatelské subjekty a etika

5) Používá podnikatelský subjekt, ve kterém pracujete, nějaký etický kodex?

- a) ano
- b) ne
- c) nevím

6) Jaký je podle Vás hlavní etický problém v oblasti cestovního ruchu?

.....

.....

7) Slyšel/a jste již o „společenské odpovědnosti firem“?

- a) ano
- b) ne
- c) nevím

8) Co může v praxi vést k více odpovědnému přístupu?

(na škále 1 - 5, prosím, zaškrtněte, 1=určitě ano, 2=spíše ano, 3=nevím, 4=spíše ne, 5=určitě ne)

	1	2	3	4	5
Využívání etických kodexů					
Jiné předpisy shrnující vhodné chování					
Školení					
Diskuze					

Nic					
Jiný způsob					

- 9) Jakou mají firmy motivaci chovat se společensky odpovědně?
(na škále 1 – 4, prosím, zaškrtněte, 1=velmi vysokou, 2=vysokou, 3=malou, 4=žádnou)

	1	2	3	4
posílení loajality zaměstnanců				
budování pověsti firmy				
zvýšení produktivity				
zájem o morální chování				

Povědomí o etických kodexech

- 10) Slyšel/a jste již v rámci své praxe o etických kodexech v cestovním ruchu?

- a) ano
- b) ano, ale nezajímá/a jsem se o ně více
- c) ne
- d) ne, ale chci se o ně v budoucnosti zajímat více

- 11) Jestliže jste odpověděl/a na předchozí otázku „ano“ (a) nebo b)), o jaké etické kodexy se jednalo? (lze zakroužkovat více odpovědí)

- a) o etický kodex vydaný profesní asociací
- b) o Globální kodex etiky v turismu vydaný UNWTO
- c) o jiný etický kodex:.....

- 12) Jaká témata by měl etický kodex v oblasti cestovního ruchu obsahovat?
(na škále 1 - 5, prosím, zaškrtněte, 1=určitě ano, 2=spíše ano, 3=nevím, 4=spíše ne, 5=určitě ne)

	1	2	3	4	5
Vztahy pracovníků a klientů					
Předcházení konfliktům					

Konkurenční boj					
Vztahy s dodavateli					
Udržitelný cestovní ruch					
Standardy kvality					
Práva a povinnosti zaměstnanců					
Pracovní podmínky v cestovním ruchu					

Význam etických kodexů pro oblast cestovního ruchu

13) Jaký je Váš názor na uplatňování etických pravidel v cestovním ruchu?

- a) stačí právní rámec a etická pravidla není nutné sestavovat
- b) právní rámec má být doplněn o formulaci etických pravidel
- c) nemám na to žádný názor

14) Domníváte se, že se v oblasti cestovního ruchu pracovník, který četl etický kodex, chová korektněji, než kdyby ho nečetl?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne
- e) neumím posoudit

15) Jsou podle Vás etické kodexy důležité?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

16) Mají podle Vás etické kodexy praktický význam?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

17) Mají podle Vás etické kodexy šanci podnítit u pracovníků v cestovním ruchu větší snahu o korektní jednání?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

18) Je podle Vás výhodné mít etický kodex z hlediska image podniku?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

19) Myslíte si, že etické kodexy v cestovním ruchu mohou pomoci předejít konfliktům na pracovišti?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

20) Mělo by být dodržování etických kodexů upraveno smluvně?

- a) ano, jejich dodržování má být vyžadováno
- b) ano, ale jejich porušení nemá mít vážné důsledky
- c) ne, je lepší to nechat na svědomí jednotlivců

Profesní asociace a etické kodexy

21) Vybavuje se Vám nějaká konkrétní situace, kdy byl prakticky využit etický kodex vydaný asociací?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

22) Mají podle Vás profesní asociace cestovního ruchu vliv na to, jak se podnikatelské subjekty, které jsou jejich členy, chovají?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne
- e) nevím

23) Pomáhají asociace šířit informace o etických kodexech?

- a) ano, mezi svými členy i laickou veřejností
- b) ano, ale informují o nich pouze své členy
- c) spíše ne
- d) ne
- e) nevím

24) Myslíte si, že je vliv etických kodexů, které vydaly pro své členy profesní asociace, v cestovním ruchu těmito asociacemi dostatečně sledován?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne
- e) nevím

Etické kodexy tvořené podnikatelskými subjekty

25) Měly by podle Vás podnikatelské subjekty v cestovním ruchu tvořit vlastní etické kodexy?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne
- e) nevím

26) Mohly by podle Vás vlastní etické kodexy firem zvýšit loajalitu zaměstnanců?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne
- e) nevím

27) Domníváte se, že pokud by subjekt, ve kterém pracujete, tvořil etický kodex, byl/a byste do jeho tvorby zapojen/a?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

28) Myslíte si, že ke zlepšení stavu přispívají více kodexy vytvořené asociacemi, nebo podnikatelskými subjekty?

- a) asociacemi
- b) podnikatelskými subjekty
- c) oba typy kodexů stejně
- d) neumím posoudit

29) Proč podle Vás některé podnikatelské subjekty netvoří vlastní etické kodexy? (lze zakroužkovat více odpovědí)

- a) není to třeba
- b) stačí kodexy asociací
- c) nejsou k tomu vhodné podmínky
- d) neví o této možnosti
- e) jiný důvod:

.....

Děkuji za ochotu a spolupráci!

Příloha č. 2 – Seznam oslovených podnikatelských subjektů v rámci dotazníkového šetření

	Profesní asociace	Název	Lokalita
1	AČCKA	B&K Tour	Hradec Králové
2	AČCKA	Hoška - Tour	Lázně Bělohrad
3	AČCKA	Long Tour s.r.o.	Jičín
4	AČCKA	Mundo	Hradec Králové
5	AČCKA	Skalla CZ, s.r.o.	Hradec Králové
6	ACK ČR	Alexandria, s.r.o.	Hradec Králové, ul. Brněnská
7	ACK ČR	Alexandria, s.r.o.	Hradec Králové, ul. Kutnohorská
8	ACK ČR	Alexandria, s.r.o.	Hradec Králové, ul. Turinského
9	ACK ČR	Alvarez, s.r.o.	Hradec Králové
10	ACK ČR	Autoturist, a.s.	Hradec Králové
11	ACK ČR	Blue Style, k.s.	Hradec Králové
12	ACK ČR	Čedok, a.s.	Hradec Králové
13	ACK ČR	Čedok, a.s.	Trutnov
14	ACK ČR	EuroAgentur Hotels & Travel a.s.	Hradec Králové
15	ACK ČR	EXIM Tours, a.s.	Hradec Králové
16	ACK ČR	EXIM Tours, a.s.	Trutnov
17	ACK ČR	Fischer	Hradec Králové, ul. Brněnská
18	ACK ČR	Fischer	Hradec Králové, ul. Dukelská
19	ACK ČR	FIRO – Tour, a.s.	Hradec Králové
20	ACK ČR	ING Tours, s.r.o.	Nové Město n. Mětuží
21	ACK ČR	Invia.cz, a.s.	Hradec Králové

22	ACK ČR	Invia.cz, a.s.	Dvůr Králové n. Labem
23	ACK ČR	Invia.cz, a.s.	Jičín
24	ACK ČR	Invia.cz, a.s.	Náchod
25	ACK ČR	Invia.cz, a.s.	Vrchlabí
26	ACK ČR	Invia.cz, a.s.	Hostinné
27	ACK ČR	Invia.cz, a.s.	Úpice
28	ACK ČR	Student Agency, k.s.	Hradec Králové
29	ACK ČR	Vítkovice Tours, s.r.o.	Hradec Králové
30	AHR ČR	Aqua Park Špindlerův Mlýn	Špindlerův Mlýn
31	AHR ČR	Bouda Máma wellness hotel	Pec p. Sněžkou
32	AHR ČR	Centrum Walzel	Meziměstí
33	AHR ČR	Clarion Hotel Špindlerův Mlýn	Špindlerův Mlýn
34	AHR ČR	EA Hotel Tereziánský dvůr	Hradec Králové
35	AHR ČR	Grund Resort Golf and Ski	Mladé Buky
36	AHR ČR	Harmony Club Hotel superior	Špindlerův Mlýn
37	AHR ČR	Horal - Trutnov	Trutnov
38	AHR ČR	Horská chalupa U Nás	Bartošovice v Orlických horách
39	AHR ČR	Horský hotel Friesovy boudy	Strážné
40	AHR ČR	Horský hotel Javor	Malá Úpa
41	AHR ČR	Horský hotýlek Kladenka	Pec p. Sněžkou
42	AHR ČR	Hostinec U Dvora	Hradec Králové
43	AHR ČR	Hotel Arnika	Janské Lázně
44	AHR ČR	Hotel Astra	Špindlerův Mlýn
45	AHR ČR	Hotel Bohumilka	Lázně Bělohrad
46	AHR ČR	Hotel Černigov	Hradec Králové
47	AHR ČR	Hotel Davídek	Trutnov
48	AHR ČR	Hotel Holzbecher	Česká Skalice

49	AHR ČR	Hotel Hořec	Pec p. Sněžkou
50	AHR ČR	Hotel Horizont	Pec p. Sněžkou
51	AHR ČR	Hotel Hvězda	Pec p. Sněžkou
52	AHR ČR	Hotel Hynek	Náchod
53	AHR ČR	Hotel Jičín	Jičín
54	AHR ČR	Hotel Krajka	Vamberk
55	AHR ČR	Hotel Krokus	Pec p. Sněžkou
56	AHR ČR	Hotel Labuť	Rychnov n. Kněžnou
57	AHR ČR	Hotel Lidická bouda	Pec p. Sněžkou
58	AHR ČR	Hotel Nové Adalbertinum	Hradec Králové
59	AHR ČR	Hotel Panorama	Rychnov n. Kněžnou
60	AHR ČR	Hotel Paříž	Jičín
61	AHR ČR	Hotel Patria	Trutnov
62	AHR ČR	Hotel pod Pralesem	Trutnov
63	AHR ČR	Hotel Praha	Broumov
64	AHR ČR	Hotel Praha	Špindlerův Mlýn
65	AHR ČR	Hotel Praha Potštejn	Potštejn
66	AHR ČR	Hotel Rajská zahrada	Nové Město n. Metují
67	AHR ČR	Hotel Savoy	Špindlerův Mlýn
68	AHR ČR	Hotel Sněžka	Špindlerův Mlýn
69	AHR ČR	Hotel Start	Špindlerův Mlýn
70	AHR ČR	Hotel Studánka	Rychnov n. Kněžnou
71	AHR ČR	Hotel Tatra	Nový Bydžov
72	AHR ČR	Hotel Tommy	Náchod – Babí
73	AHR ČR	Hotel U Krále	Jičín
74	AHR ČR	Hotel Windsor	Špindlerův Mlýn
75	AHR ČR	Hotel Zátíší	Špindlerův Mlýn
76	AHR ČR	Interhotel Montana	Špindlerův Mlýn
77	AHR ČR	Konference Park Hotel	Hradec Králové
78	AHR ČR	Motorest Na Kovárně	Dolní Branná
79	AHR ČR	OREA Hotel Horal	Špindlerův Mlýn
80	AHR ČR	Pension Smetanův statek	Hradec Králové

81	AHR ČR	Pension U Komárků	Špindlerův Mlýn
82	AHR ČR	Pension Vladimír	Janské Lázně
83	AHR ČR	Pension Zelený Mlýn	Žacléř
84	AHR ČR	Penzion Čistá	Černý Důl
85	AHR ČR	Penzion Na Faře	Dubenec
86	AHR ČR	Penzion Nad Oborou	Hradec Králové
87	AHR ČR	Penzion Pašta	Říčky v Orlických ho- rách
88	AHR ČR	Penzion Pod Vyhlídkou	Pecka
89	AHR ČR	Penzion Podhorní mlýn	Kostelec n. Orlicí
90	AHR ČR	Penzion a restaurace Poho- da	Trutnov
91	AHR ČR	Penzion Relax	Pec p. Sněžkou
92	AHR ČR	Penzion U Militkých	Železnice
93	AHR ČR	Penzion U svatého Jana	Hradec Králové
94	AHR ČR	Penzion U Zvonu	Rychnov n. Kněžnou
95	AHR ČR	Restaurace - Parkhotel Skalní město	Jičín
96	AHR ČR	Restaurace a pension Heř- man	Rudník
97	AHR ČR	Restaurace Atlanta	Hradec Králové
98	AHR ČR	Restaurace U Bulánka	Batňovice
99	AHR ČR	Restaurace u Švagerků	Hradec Králové
100	AHR ČR	Restaurace-penzion U Růže	Hradec Králové
101	AHR ČR	Retropark Sejfy	Mladé Buky
102	AHR ČR	Skiresort Hotel Omnia	Janské Lázně
103	AHR ČR	ZOO Dvůr Králové a.s. Hotel Safari	Dvůr Králové n. Labem

Příloha č. 3 – Tabulky odpovědí respondentů v rámci dotazníkového šetření

1) Jste pracovníkem v:	absolutně	relativně
a) cestovní kanceláři / cestovní agentuře	31	57%
b) ubytovacím zařízení / restauračním zařízení	23	43%

2) Pracujete na vedoucí pozici?	absolutně	relativně
a) ano	24	44%
b) ne	30	56%

3) Jak dlouho pracujete v oblasti cestovního ruchu?	absolutně	relativně
a) méně než 1 rok	4	7%
b) 1 – 3 roky	8	15%
c) více než 3 roky	42	78%

4) Jaké profesní asociace je subjekt, v němž pracujete, členem?	absolutně	relativně
a) Asociace českých cestovních kanceláří a agentur	12	22%
b) Asociace cestovních kanceláří České republiky	14	25%
c) Asociace hotelů a restaurací České republiky	23	42%
d) jiné	1	2%
e) žádné	4	7%
f) nevím	1	2%

5) Používá podnikatelský subjekt, ve kterém pracujete, nějaký etický kodex?	absolutně	relativně
a) ano	28	54%
b) ne	12	23%
c) nevím	12	23%

6) Jaký je podle Vás hlavní etický problém v oblasti cestovního ruchu?	otevřená otázka
---	------------------------

7) Slyšel/a jste již o „společenské odpovědnosti firem“?	absolutně	relativně
a) ano	20	40%
b) ne	24	48%
c) nevím	6	12%

8) Co může v praxi vést k více odpovědnému přístupu? (škála 1 – 5, 1=určitě ano, 2=spíše	součet	průměr	počet odpovídajících respondentů
---	---------------	---------------	---

ano, 3=nevím, 4=spíše ne, 5=určitě ne)			
Využívání etických kodexů	94	1,9	50
Jiné předpisy shrnující vhodné chování	131	2,6	51
Školení	94	1,9	50
Diskuze	90	1,9	48
Nic	192	4,5	43
Jiný způsob	124	3	41

9) Jakou mají firmy motivaci chovat se společensky odpovědně? (škála 1 – 5, 1=určitě ano, 2=spíše ano, 3=nevím, 4=spíše ne, 5=určitě ne)	součet	průměr	počet odpovídajících respondentů
posílení loajality zaměstnanců	91	1,9	48
budování pověsti firmy	62	1,3	48
zvýšení produktivity	78	1,7	46
zájem o morální chování	90	2	46

10) Slyšel/a jste již v rámci své praxe o etických kodech v cestovním ruchu?	absolutně	relativně
a) ano	15	28%
b) ano, ale nezajímá/a jsem se o ně více	12	23%
c) ne	23	43%
d) ne, ale chci se o ně v budoucnosti zajímat více	3	6%

11) Jestliže jste odpověděl/a na předchozí otázku „ano“ (a) nebo b)), o jaké etické kodexy se jednalo?	absolutně	relativně
a) o etický kodex vydaný profesní asociací	17	85%
b) o Globální kodex etiky v turismu vydaný UNWTO	1	5%
c) o jiný etický kodex:.....	2	10%

12) Jaká témata by měl etický kodex v oblasti cestovního ruchu obsahovat? (škála 1 – 5, 1=určitě ano, 2=spíše ano, 3=nevím, 4=spíše ne, 5=určitě ne)	součet	průměr	počet odpovídajících respondentů
Vztahy pracovníků a klientů	63	1,3	50
Předcházení konfliktům	77	1,6	49
Konkurenční boj	103	2,1	48
Vztahy s dodavateli	93	1,9	49
Udržitelný cestovní ruch	93	1,9	48
Standardy kvality	75	1,5	49
Práva a povinnosti zaměstnanců	96	2	49
Pracovní podmínky v cestovním ruchu	98	2	48

13) Jaký je Váš názor na uplatňování etických pravidel v cestovním ruchu?	absolutně	relativně
--	------------------	------------------

a) stačí právní rámec a etická pravidla není nutné sestavovat	10	19%
b) právní rámec má být doplněn o formulaci etických pravidel	30	57%
c) nemám na to žádný názor	13	24%

14) Domníváte se, že se v oblasti cestovního ruchu pracovník, který četl etický kodex, chová korektněji, než kdyby ho nečetl?	absolutně	relativně
a) ano	2	4%
b) spíše ano	20	38%
c) spíše ne	12	23%
d) ne	5	9%
e) neumím posoudit	14	26%

15) Jsou podle Vás etické kodexy důležité?	absolutně	relativně
a) ano	13	25%
b) spíše ano	34	65%
c) spíše ne	4	8%
d) ne	1	2%

16) Mají podle Vás etické kodexy praktický význam?	absolutně	relativně
a) ano	4	8%
b) spíše ano	38	73%
c) spíše ne	8	15%
d) ne	2	4%

17) Mají podle Vás etické kodexy šanci podnítit u pracovníků v cestovním ruchu větší snahu o korektní jednání?	absolutně	relativně
a) ano	5	10%
b) spíše ano	35	67%
c) spíše ne	11	21%
d) ne	1	2%

18) Je podle Vás výhodné mít etický kodex z hlediska image podniku?	absolutně	relativně
a) ano	17	33%
b) spíše ano	27	52%
c) spíše ne	8	15%
d) ne	0	0%

19) Myslíte si, že etické kodexy v cestovním ruchu mohou pomoci předejít konfliktům na pracovišti?	absolutně	relativně
a) ano	4	8%
b) spíše ano	19	36%
c) spíše ne	25	48%
d) ne	4	8%

20) Mělo by být dodržování etických kodexů upraveno smluvně?	absolutně	relativně
a) ano, jejich dodržování má být vyžadováno	21	40%
b) ano, ale jejich porušení nemá mít vážné důsledky	15	29%
c) ne, je lepší to nechat na svědomí jednotlivců	6	31%

21) Vybavuje se Vám nějaká konkrétní situace, kdy byl prakticky využit etický kodex vydaný asociací?	absolutně	relativně
a) ano	3	6%
b) spíše ano	7	14%
c) spíše ne	21	40%
d) ne	21	40%

22) Mají podle Vás profesní asociace cestovního ruchu vliv na to, jak se podnikatelské subjekty, které jsou jejich členy, chovají?	absolutně	relativně
a) ano	4	8%
b) spíše ano	12	23%
c) spíše ne	12	23%
d) ne	9	17%
e) nevím	15	29%

23) Pomáhají asociace šířit informace o etických kodexech?	absolutně	relativně
a) ano, mezi svými členy i laickou veřejností	6	11%
b) ano, ale informují o nich pouze své členy	16	31%
c) spíše ne	9	17%
d) ne	4	8%
e) nevím	17	33%

24) Myslíte si, že je vliv etických kodexů, které vydaly pro své členy profesní asociace, v cestovním ruchu těmito asociacemi dostatečně sledován?	absolutně	relativně
a) ano	4	8%
b) spíše ano	8	15%
c) spíše ne	17	33%
d) ne	4	8%

e) nevím	19	36%
----------	----	-----

25) Měly by podle Vás podnikatelské subjekty v cestovním ruchu tvořit vlastní etické kodexy?	absolutně	relativně
a) ano	4	8%
b) spíše ano	21	41%
c) spíše ne	8	16%
d) ne	5	10%
e) nevím	13	25%

26) Mohly by podle Vás vlastní etické kodexy firem zvýšit loajalitu zaměstnanců?	absolutně	relativně
a) ano	9	17%
b) spíše ano	23	44%
c) spíše ne	9	17%
d) ne	6	12%
e) nevím	5	10%

27) Domníváte se, že pokud by subjekt, ve kterém pracujete, tvořil etický kodex, byl/a byste do jeho tvorby zapojen/a?	absolutně	relativně
a) ano	17	33%
b) spíše ano	19	36%
c) spíše ne	14	27%
d) ne	2	4%

28) Myslíte si, že ke zlepšení stavu přispívají více kodexy vytvořené asociacemi, nebo podnikatelskými subjekty?	absolutně	relativně
a) asociacemi	9	17%
b) podnikatelskými subjekty	17	33%
c) oba typy kodexů stejně	10	19%
d) neumím posoudit	16	31%

29) Proč podle Vás některé podnikatelské subjekty netvoří vlastní etické kodexy? (Ize zakroužkovat více odpovědí)	absolutně	relativně
a) není to třeba	12	19%
b) stačí kodexy asociací	11	17%
c) nejsou k tomu vhodné podmínky	10	16%
d) neví o této možnosti	24	38%
e) jiný důvod	6	10%



FIM UHK

UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ

Fakulta informatiky a managementu

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

Zadání k závěrečné práci

Jméno a příjmení studenta:

Aneta Rejchrtová

Obor studia:

Management cestovního ruchu

Jméno a příjmení vedoucího práce:

Michal Trousil

Název práce:

Význam etických kodexů pro pracovníky v cestovním ruchu

Název práce v AJ:

The significance of ethical codes for employees in tourism

Podtitul práce:

Podtitul práce v AJ:

Cíl práce: Cílem práce je zjistit povědomí pracovníků v cestovním ruchu o etických kodexech a o významu etických kodexů.

Osnova práce:

1. Úvod
 - 1.1. Cíl práce a metodika zpracování
2. Teoretická východiska
 - 2.1. Etika a turismus - základní pojmy
 - 2.2. Etické kodexy a kodexy chování v cestovním ruchu
 - 2.2.1. Smysl a obsah etických kodexů
 - 2.2.2. Tvorba etických kodexů
 - 2.2.3. Výhody a nevýhody etických kodexů
 - 2.2.4. Etické kodexy v praxi organizací a firem
 - 2.2.5. Příklady etických kodexů
3. Empirická část
 - 3.1. Základní výzkumné otázky a hypotézy
 - 3.2. Sběr informací a průběh šetření
4. Shrnutí výsledků
5. Závěry a doporučení
6. Seznam zdrojů

Projednáno dne:

6. 10. 2014

Podpis studenta

Podpis vedoucího práce