**Tanári magyarázatok**

**2. ppt**

**6. dia**

Az egyenlő módon elérhető turizmus nem csak a fogyatékossággal élőknek vagy kísérőiknek, hanem az átmenetileg mozgáskorlátozottaknak, az időseknek, a kisgyerekeseknek és a többgenerációs családoknak is kedvez. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy van növekedési potenciál az ágazatban mind a kereslet, mind a kínálat oldalán. „Üzleti szempontból is fontos, hogy a szolgáltatások és termékek mindenki számára hozzáférhetők legyenek, hiszen az egyre növekvő számú idősödő fogyasztók jelentette kereslet egyre nagyobb.” (Európai Bizottság 2010, p.4).

A 2000-es évek elejétől egyre nagyobb figyelmet kap világszerte az akadálymentesség, az egyetemes tervezés. A szociális érzékenységen és egyenlőség alapjogán túl már az építészetben és más iparágakban is megjelennek ezek a kifejezések. A turisztikai szakma is kezdi felismerni az akadálymentes vagy más néven hozzáférhető turizmusban rejlő üzleti lehetőségeket.

Az ENSZ Turisztikai Világszervezete (UNWTO) a turizmus világnapja témájának 2016-ban az akadálymentes turizmust nevezte meg. Az Európai Bizottság is elkötelezett az akadálymentes turizmus területén, prioritásaik között a fenntarthatóság, hozzáférhetőség első helyeken szerepel.

A hazai állami irányítás is felfigyelt ezekre a tényekre. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 horizontális célkitűzései között is szerepel a hozzáférhető turizmus megvalósítása. Ennek fő célja a fizikai és infokommunikációs akadálymentesítés.

A NTS 2030 „célrendszerét horizontális beavatkozási területek (H) teszik teljessé, melyek között szerepel a H3 – a Hozzáférhető turizmus. Az NTS 2030 szerint „a stratégia horizontális beavatkozási logikájához azok a területek tartoznak, amelyeket az állami turizmusirányítás valamennyi tématerületére kiterjednek, melyeket kutatni és megérteni szükséges” (Magyar Turisztikai Ügynökség 2017, p.98).

Forrás: Mező N. 2019: Az információk hozzáférhetőségének centrális jelentősége az akadálymentes turizmusban. MSc szakdolgozat. BGE KVIK

**7. dia**

Európai zöld megállapodás - Kutatás és innováció az európai zöld megállapodás célkitűzéseinek megvalósításáért

Forrás: <https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/strategy/european-green-deal_hu>

***Kutatás és innováció – az átalakulás hajtóereje***

Európa arra törekszik, hogy 2050-ig – a kontinensek között elsőként – klímasemlegessé váljon. A megvalósítás folyamata egyedülálló alkalmat kínál az Uniós gazdaság és társadalom modernizálására és az EU fejlődési irányának újra definiálására a méltányosság és a fenntarthatóság jegyében.

A kutatás és az innováció a jövőben különösen fontos szerepet kap az alábbi területeken:

- a szükséges átmenetet célzó folyamatok felgyorsítása és irányítása;

- megoldások bevezetése, demonstrálása és kockázatmentesítése;

- a polgárok szociális innovációba történő bevonása.

A szállodaipar nem tartozik a leginnovatívabb szektorok közé, elsősorban konzervatívsága és szerkezete miatt. A szállodai innovációk megtérülési számításainál több mint 25 évvel kell kalkulálni, ami szintén nem segíti az innovációk rendszerességét és rendszerbe illeszkedését.

A szállodaiparban a legtöbb innováció egyébként kívülről érkezik azoktól a szakemberektől és más tudományágakból, akiket/amiket nem hátráltatnak a jelenlegi dogmák és gyakorlatok. A szállodaszektorba például mind az építőiparból, mind a termelőszektorból, de akár a pszichológiából is érkeznek újítási ötletek.

Forrás: Gyurácz-Németh P. 2014: A magyar szállodák környezettudatos innováció. Turizmus Bulletin, XVI. évf. 3-4. szám pp.68-75.

**7. és 8. dia**

A kutató által készített tanulmány középpontjában a szállodai innováció állt, amely manapság jelentősen befolyásolja a szállodák teljesítményét. A környezettudatosság szintén teret nyert az utóbbi években, és elérte a turizmust, valamint a szállodaszektort is. Az innováció kutatására kérdőíves felmérés keretében került sor, amelyet a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségéhez (MSZÉSZ) tartozó szállodák igazgatói töltöttek ki. Az elemzés 73 értékelhető kérdőív alapján történt.

Az eredmények azt mutatták, hogy a külföldi jó gyakorlatokkal ellentétben a magyarországi szállodák esetében nem elsődleges cél a környezettudatos újítások bevezetése, hanem inkább a vendégelégedettségre koncentrálnak. A költséghatékonyság és a környezettudatosság a felmérésbe bevont szállodák véleménye alapján is kapcsolatban áll, bár az innovációs célok sorában mindkettő az általuk adott rangsor végén foglal helyet. A legtöbb szállodai innováció technológiai jellegű, a szállodák fontos alaptulajdonságai (csillagbesorolás, területi elhelyezkedés, szállodalánctagság) alapján nincs szignifikáns eltérés az innováció típusát illetően.

**9. dia**

Corporate Social Responsibility (CSR) – vállalati társadalmi felelősségvállalás

Definíció szerint a CSR „olyan koncepció, amely révén a vállalatok önkéntes alapon integrálják a társadalmi és *környezeti megfontolásokat* üzleti folyamataikba és az érintettekkel folytatott interakcióikba.” (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES 2001, p.6.)

Commission of the European Communities (2001) Promoting a European framework for corporate social responsibilities; CEC: Brussels

**9., 10. és 11. dia**

Az utóbbi évtizedekben a CSR rendkívül fontos és aktuális kérdéssé vált a menedzsment szakirodalom területén és egyre több kutatót foglalkoztat az a kérdés, hogy a vállalatoknak a profit termelésen kívül van-e egyéb kötelezettsége a társadalom felé. Az 1990-es években alkották meg a "hármas pillér" (triple bottom line, TBL) koncepcióját, amely segített annak az elméletnek a népszerűsítésben, amely szerint a vállalatok egy, a részvényeseken túlmutató, tágabb csoportért tartoznak felelősséggel.

A szállodaipar, csakúgy mint a turizmus általában, jelentős hatást gyakorol a természeti, a társadalmi és gazdasági környezetre, beleértve a klímaváltozást, a légszennyezést, a zajszennyezést, a hulladékgazdálkodást és egyéb társadalmi, valamint gazdasági kérdéseket. Becslések szerint a környezeti hatások 75%-a köthető valamilyen módon a szállodaiparhoz. Sok szálloda a nagyobb városokban helyezkedik el, gyakran a kulturális vagy természeti világörökség helyszínek közvetlen szomszédságában, melynek köszönhetően egyre növekvő számú turistatömegeket vonzanak, ezáltal növelve az egyes térségek ökológiai lábnyomait. A szállodák méretét tekintve mind a kisebb, mind a nagyobb szálláshelyek jelentős mértékben használnak fel energiát tevékenységeik során. A szállodáknak tehát nem csupán a pénzügyi vagy gazdasági eredményességre kell törekedniük, hanem a társadalmi és környezeti hatásokra is hasonlóan nagy hangsúlyt kell fektetniük.

A bemutatott kutatás célja az volt, hogy feltérképezze, a magyarországi szállodákra milyen mértékben jellemző a CSR gyakorlatok alkalmazása, különös tekintettel a környezetvédelmi aspektusra. A kutatás kizárólag a magyarországi négy- és ötcsillagos szállodák CSR tevékenységét vizsgálta.

A kutató listát készített a szállodák által végzett CSR tevékenységekről és az alapján kérdőívet állított össze. A kérdőív összesen 68 kérdést tartalmazott, melyből 5 vonatkozott az üzleti stratégiára, 10 a közösségre, 8 a vendégekre, 20 a munkavállalókra, 25 pedig a környezetvédelemre. A válaszadóknak egy 1-6-ig terjedő skálán kellett értékelniük az egyes tevékenységek fontosságát.

A kérdőívet kitöltő szállodák tagjai a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségének, és/vagy rendelkeznek Hotelstars Union minősítéssel. Összesen 61 szállodában töltötték ki a kérdőívet, 20,9 %-os válaszadási arányt eredményezve.

A kutatás eredményeként megállapítható, hogy a hazai szállodák elsősorban a mindennapi tevékenységük és működésük során alkalmazzák a CSR-t. Az energiatakarékos működésen át a helyi termelők előtérbe helyezéséig számos tevékenység sorolható ide. A vizsgált hotelek kapcsán megállapítható, hogy elsősorban az energiatakarékosság, valamint a hulladékgazdálkodás kérdését érintő tevékenységek jellemzőek a mindennapos működés során, csakúgy, mint a nemzetközi gyakorlatban. A válaszadók többsége a vendégelégedettség növelése miatt tekinti fontosnak a társadalmi felelősségvállalást. Ugyanakkor a költségek csökkentése és a szálloda imázsának erősödése is komoly szerepet játszik.

Forrás: Hajmási Gy. 2018: Társadalmi felelősségvállalás a magyarországi szállodákban – különös tekintette a környezetvédelmi aspektusra. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, 3. évf. 3. sz. pp.4-17.