



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Kako promovirati društvenu odgovornost

Priručnik za trenere



Potpore Europske komisije za proizvodnju ove publikacije ne predstavlja odobrenje sadržaja, koji odražavaju samo stavove autora, te Komisija ne može biti odgovorna za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u njoj.
(01-KA220-VET-000034670)

SADRŽAJ



1. Uvod
2. DOP u sektoru turizma
 - 2.1. Uloga DOP-a u turizmu
 - 2.2. Prednosti DOP-a u turizmu
3. Izgradnja digitalnih vještina za DOP
 - 3.1. Online platforma za obuku
4. Komunikacijske vještine za DOP
 - 4.1. Online komunikacija
 - 4.2. Offline komunikacija
5. Studije slučaja





1. Uvod

Definicija

Što je DOP?

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) shvaća se kao način upravljanja poduzećem temeljen na upravljanju utjecajima na okoliš, društvo u kojem obavlja svoju djelatnost i razvojem povjerenja u odnosima s dionicima. Upravljanje mora barem biti u skladu s odredbama primjenjivih zakona, te etički i koherentno usklađeno s očekivanjima i potrebama zbog kojih je osnovano. Ideja DOP-a temelji se na tri područja ili stupova, istim onima koji podupiru poznatu ideju održivosti: društvenoj, ekonomskoj i okolišnoj sferi, koje su međusobno ovisne i povezane.



2. DOP U TURISTIČKOM SEKTORU

2.1 ULOGA DOP-A U TURIZMU

Društveno odgovorno poslovanje u turističkom sektoru uključuje etičko i održivo upravljanje turističkim operacijama, uzimajući u obzir utjecaj na lokalne zajednice, okoliš i kulturnu baštinu. DOP povrh ostvarivanja profita, naglašava odgovorne poslovne prakse.

2.2 KORISTI DOP-A U TURIZMU

Implementacija načela korporativne društvene odgovornosti u turizmu donosi brojne koristi, uključujući poboljšanu reputaciju, povećanu lojalnost kupaca, smanjeni utjecaj na okoliš te stvaranje pozitivnih društvenih i ekonomskih naslijeđa na odredištima.



3. RAZVOJ DIGITALNIH VJEŠTINA ZA DOP

Digitalna pismenost ključna je za učinkovitu implementaciju korporativne društvene odgovornosti. Ona uključuje sposobnost korištenja digitalnih alata, analizu podataka i komunikaciju putem interneta.

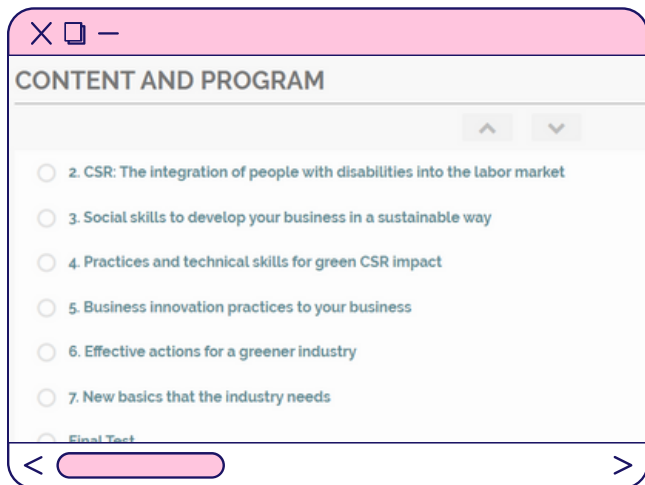
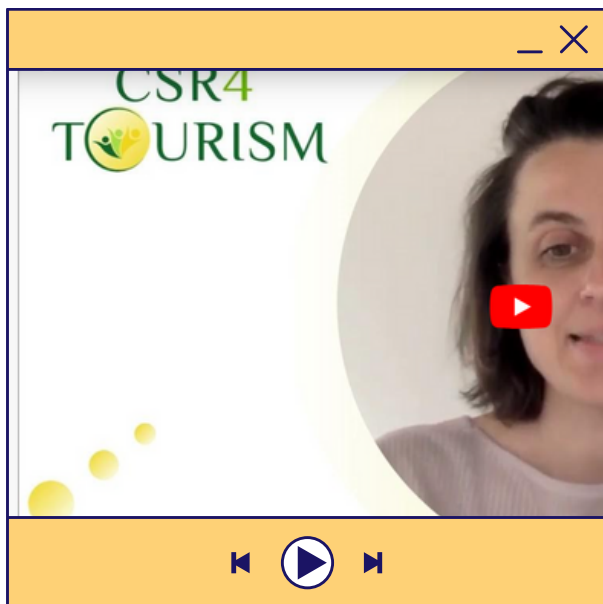
Resursi poput online tečajeva, webinara i tutoriala mogu poboljšati digitalnu pismenost za stručnjake u području korporativne društvene odgovornosti.



3.1. ONLINE PLATFORMA ZA TRENING

Istražite pouzdane online platforme koje nude tečajeve o društvenoj odgovornosti. Treneri mogu voditi polaznike u odabiru tečajeva prilagođenih specifičnim potrebama turističkog sektora. Studije stvarnih slučajeva mogu ilustrirati uspješno završavanje takvih tečajeva. Projekt CSR4Tourism također je razvio online tečaj koji bi mogao biti koristan za turistički sektor.







4. KOMUNIKACIJSKE VJEŠTINE ZA DOP

4.1. ONLINE KOMUNIKACIJA

Angažman na društvenim mrežama: Identificirajte najrelevantnije društvene mreže za turistički sektor. Platforme poput Instagrama, Twittera i Linkedina su učinkovite za dijeljenje vizualnog sadržaja, ažuriranja te interakciju s raznolikom publikom.

Dosljedna poruka: Osigurajte da su poruke o društveno odgovornom poslovanju usklađene s cjelokupnim identitetom brenda. Dosljednost u porukama na društvenim mrežama pomaže u izgradnji koherentne priče.

Marketing sadržaja:

- Blogovi i članci koji ističu inicijative društvene odgovornosti, održive prakse i doprinos zajednici.
- Vizualno privlačan sadržaj (infografike, videozapisi i slike) kako bi se prenijeli utjecaji i napredak društveno odgovornog poslovanja.

Online kampanje:

Kampanje s oznakama (hashtagovima): Pokrenite kampanje usmjerene na DOP kako biste potaknuli stvaranje sadržaja od strane korisnika i sudjelovanje zajednice.

Virtualni događaji: Organizirajte webinare, online radionice ili virtualne obilaske kako biste predstavili projekte društvene odgovornosti, angažirali dionike i odgovarali na pitanja u stvarnom vremenu.

Interaktivne platforme: Koristite online ankete i obrasce povratnih informacija kako biste prikupili uvide od korisnika, zaposlenika i lokalnih zajednica.





4. KOMUNIKACIJSKE VJEŠTINE ZA DOP

4.2. OFFLINE KOMUNIKACIJA

Tiskani materijali:

- Brošure i letci: Razvijte tiskane materijale koji detaljno opisuju prakse društvene odgovornosti i njihov pozitivan utjecaj na društvo i okoliš. Distribuirajte ove materijale na fizičkim lokacijama poput hotela, turističkih informacijskih centara i događaja u zajednici. Pazite da dizajn bude pristupačan osobama s invaliditetom.

Događaji u zajednici:

- Sponzorstvo: Sponzorirajte ili sudjelujte u lokalnim događajima, sajmovima ili festivalima kako biste predstavili inicijative društvene odgovornosti. To pruža direktnu, osobnu povezanost s zajednicom.
- Radionice o društveno odgovornom poslovanju: Organizirajte radionice ili informativne dane u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, školama ili organizacijama kako biste educirali i uključili lokalne stanovnike.

Izgradnja partnerstava:

- Lokalna partnerstva: Stvarajte partnerstva s lokalnim poduzećima, neprofitnim organizacijama i vladinim agencijama. Zajedničke inicijative i suradnje mogu biti istaknute putem priopćenja za medije i lokalnog medijskog pokrivanja.





5. STUDIJE SLUČAJA HNH HOSPITALITY

DOBRI PRIMJERI DOP-A U TURIZMU

HNH Hospitality pridaje temeljnu važnost ljudskoj povezanosti i odnosu između pojedinaca i okoliša. Njihove inicijative posvećene održivosti okoliša, razvoju ljudskog kapitala i društvenoj odgovornosti pokazuju da poslovanje istovremeno s težnjom prema društvenim ciljevima predstavlja valjan pristup, usklađujući interese kako zajednice tako i tvrtke.



(ESG) GUIDELINES OF HNH HOSPITALITY
CODE OF ETHICS
SUSTAINABILITY REPORT.

HNH Hospitality služi kao uvjerljiv primjer društveno odgovornog poslovanja (DOP), ilustrirajući kako tvrtka može uspješno integrirati društvene i okolišne ciljeve u svoje poslovanje, promičući pozitivan utjecaj kako na zajednicu tako i na samu tvrtku.





5. STUDIJE SLUČAJA GIALLOSASSI

DOBRI PRIMJERI DOP-A U TURIZMU

Giallo Sassi je udruga formirana u Materi, Italija, s ciljem podizanja svijesti, rasta i cijenjenja teritorija putem aktivnih građanskih akcija koje uključuju cijelu zajednicu, a ponajviše mlade ljude. Zaštita i promocija lokalnog teritorija provode se putem edukacijskih staza među vršnjacima u sinergiji s institucijama, privatnim subjektima, školama i volonterima.



Giallo Sassi spaja turizam, obrazovanje i promociju zemlje s ciljem:

- stvaranja nove turističke ponude koja je pedagoška i privlačna, pružanje prilike za razmjenu i povezivanje s ljudima iz drugih talijanskih i europskih stvarnosti.
- stvaranja veze između čovjeka i prirode, povijesti i okoliša
- razvijanja tematskih obrazovnih staza o okolišnoj održivosti, proučavanju teritorija, povijesti, resursima, tradicijama, aktivnom građanstvu



5. STUDIJE SLUČAJA RAŽNJEVIĆA DVORI

DOBRI PRIMJERI DOP-A U TURIZMU

Ražnjevića Dvori je albergo diffuso (raspršeni hotel) smješten u Hrvatskoj. Albergo diffuso je inovativan i održiv poslovni model koji potječe iz Italije, a cilj mu je revitalizirati male zaseoke koji su izvan turističkih staza i suočavaju se s depopulacijom.



Doprinos Ražnjevića Dvora održivom razvoju:

- Očuvanje postojećih struktura umjesto izgradnje novih zgrada, čime se izbjegava zagađenje.
- Razvoj mreže lokalnih dionika koji nude proizvode i usluge čuvajući društvenu koheziju.
- Pružanje iskustva lokalnog načina života kako bi se zaštitila lokalna kultura, običaji i gastronomija.
- Stvaranje mogućnosti zapošljavanja i potražnje za drugim turističkim poslovanjem u području.
- Zaštita okoliša korištenjem ekološki prihvatljivih proizvoda i prirodnih materijala.
- Nabava namirnica od lokalnih poljoprivrednika.

Pročitajte više o poslovnom modelu albergo diffuso ovdje: <https://hrcak.srce.hr/file/414376>



5. STUDIJE SLUČAJA THE FJORDS

DOBRI PRIMJERI DOP-A U TURIZMU

The Fjords je brodarska tvrtka osnovana 2015. godine na temelju jedne temeljne ideje; kombinirati pomorsku industriju i turizam kako bi doprinijeli razvoju poželjnih i održivih turističkih odredišta.

Cilj je razviti turizam u najljepšim fjordovima Norveške. In korak s prelaskom prema zelenijoj i ekološki prihvatljivijoj budućnosti, brinu i pomažu u očuvanju sela i jedinstvenog kulturnog krajolika duž fjordova.

Privlačnost odredišta ovisi o selima i stanovništvu koja se brinu o svojim tradicijama. The Fjords pomaže u jačanju ovog rada i ima za cilj **povezati turističku industriju s lokalnim dobavljačima hrane i lokalnom kulturom** u većoj mjeri nego prije.



Ova slika je omogućena zahvaljujući: www.images.app.goo.gl/KU69WoR8KW6sKFag9

Tihi motori su blagi prema okolišu i gostima pružaju prirodno iskustvo uz zvukove slapova, udarajućih valova i cvrkuta ptica. Manji valovi dovode do minimalnog trošenja obale, a nula emisija pomaže održavati fjordove čistima i ublažava klimatske promjene.



5. STUDIJE SLUČAJA THE FJORDS

DOBRI PRIMJERI DOP-A U TURIZMU

Sa tri broda potpuno ili djelomično električna, putnički katamarani tvrtke The Fjords postavljaju novi standard za turističke brodove. S nultom emisijom oni su usklađeni s tranzicijom prema zelenijoj budućnosti i omogućavaju posjet područjima posebno osjetljivima na onečišćenje na siguran i pažljiv način. Cilj je da gosti uživaju u prekrasnom obalnom krajoliku s čistom savješću.

Ostvaruju suradnju s lokalnim poduzećima i proizvođačima. Lokalna zajednica važan je dio njihovog zelenog puta.



Ova slika je omogućena zahvaljujući: www.images.app.google.com/KU69WoR8KW6sKFag9

Putnički katamarani su ekološki prihvatljivi uzori za druga poduzeća kako nacionalno tako i međunarodno. Predvode put prema zelenom turizmu u norveškim fjordovima. Kao turističko poduzeće, imaju jasan, ekološki prihvatljiv profil.

- Poslovanje bez emisija
- Tehnička i operativna rješenja s komercijalnom održivošću
- Najmanja moguća potrošnja energije
- Optimalna rješenja za baterije i punjenje
- Brodovi su dizajnirani kako bi spriječili eroziju obale



5. STUDIJE SLUČAJA TUR4ALL TRAVEL

DOBRI PRIMJERI DOP-A U TURIZMU



TUR4all TRAVEL agency iz IMPULSA IGUALDAD Grupe ima više od 20 godina iskustva u razvoju inkluzivnih i pristupačnih putovanja. Putnička agencija teži proširenju dosega pristupačnog turizma, promovirajući kulturu uključivosti u sektoru. Zagovara da svaki putnik zaslužuje priliku da se uključi u bilo koju vrstu turističkog iskustva bilo gdje i pod jednakim uvjetima.

U TUR4all Travel turizam je doista za svakoga. Nude se inkluzivna i pristupačna putovanja kako bi se promovirao i realizirao uključiv turizam. Agencija surađuje s različitim odredištima i turističkim poduzećima koji razvijaju turističke proizvode koji zadovoljavaju potrebe svake osobe, bez obzira na njihove mogućnosti. TUR4all Travel temelji svoju filozofiju na mogućnosti postojanja svijeta bez prepreka. Iz tog razloga, dizajnirala je širok raspon turističkih proizvoda kako bi ih mogli uživati svi, bez obzira imali li potrebe za pristupačnošću ili ne.



5. STUDIJE SLUČAJA IMPERIAL RESORT

DOBRI PRIMJERI DOP-A U TURIZMU

HI Hotels Imperial Resort je odmaralište na plaži smješteno na južnom dijelu bugarskog Crnog mora. Imperial Resort je usvojio novu stratešku politiku kako bi održao razvoj svog poslovanja koja također uključuje implementaciju principa korporativne društvene odgovornosti, s posebnim naglaskom na društveni utjecaj i etičko poslovanje.



U tom kontekstu, Imperial Resort u području ekološke održivosti implementira mjere energetske učinkovitosti, koristeći tehnologije koje štede energiju poput LED rasvjete, pametnih termostata i obnovljivih izvora energije. Također se provode programi za smanjenje otpada i recikliranje kako bi se minimalizirao ekološki utjecaj, posebno s ponovnom uporabom papira. U području očuvanja vode, primjenjuju se prakse i tehnologije za uštedu vode kako bi se smanjila potrošnja vode.

Kao dio DOP-a, Imperial Resort također provodi učinkovito uključivanje zajednice, dajući prednost nabavi roba i usluga lokalno kako bi se podržala zajednica i smanjio ugljični otisak. Također se uspostavljaju partnerstva s lokalnim organizacijama zajednice i doprinosi se inicijativama lokalnog razvoja.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



HVALA!



Potpora Europske komisije za proizvodnju ove publikacije ne predstavlja odobrenje sadržaja, koji odražavaju samo stavove autora, te Komisija ne može biti odgovorna za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u njoj.
(01-KA220-VET-000034670)