

## Abstrakty a klíčová slova příspěvků

Číslo 06/2007

### Ivan Šroněk: Vývoj názorů na etiku podnikání – základy pojetí obchodu a služeb (část první)

**Abstract:** Trade and commerce has been considered by philosophical teachings and religions, in various and often contradictory ways. The negative views of Greek philosopher Aristotelés has for thousands of years determined the opinion of the latter. From the monotheistic religions judaism does not oppose commerce, but it demands that it be conducted honourably. Christianity was for long time critical of commerce until the time of Jean Calvin who viewed it as any other activity. Islam's position to commerce has been positive from the beginning. Among the so called Eastern religions, a vocal critic of commerce was the Chinese philosopher Confucius. In contrast, the Hindu caste system includes a caste associating business people. Other Eastern religions have never voiced strong opinions on commerce.

**Key words:** Business ethics, trade, business activities, business negotiations, philosophical teachings, religions, judaism, christianity, islam, Eastern religions, Confucianism, Buddhism, Hinduism, Shintoism.

**Klíčová slova:** etika podnikání, obchod, obchodní činnosti, obchodní jednání, filozofické směry, náboženství, judaismus, křesťanství, islám, východní náboženství, konfucianismus, buddhismus, hinduismus, šintoismus.

### Monika Palatková: Podpora příjezdového turizmu ze strany veřejného sektoru ve vybraných destinacích

**Abstract:** Incoming and domestic tourism support is based on cooperation between private and public sector. It is impossible to develop tourism and to manage any destination effectively without public private partnership. The reason is resolving market failure by the help of nonmarket activities of public sector which provides public goods for residents as well as for visitors. Marketing (management) is a process of planning, implementation, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services. The aim is to realize exchange for private and public sector's satisfaction as well as visitors' and residents' satisfaction. Various types of public sector intervention may result in different effectiveness ratio.

**Key words:** Destination, support effectiveness, non-market activities, public support, incoming, destination, management, private sector, market failure, public goods, public sector, public private partnership.

**Klíčová slova:** destinace, efektivnost podpory, netržní aktivity, podpora veřejného sektoru, příjezdový turismus, řízení destinace, soukromý sektor, tržní selhání, veřejné statky, veřejný sektor, partnerství veřejného a soukromého sektoru

### Šárka Tittelbachová: Incentivní turismus

**Abstract:** The incentive tourism represents one of very effective non-financial means motivating and stabilizing employees in today's companies. It plays strategic role in in-house, as well as, external relations, esp. between company and its customers. The incentive products are very specific and demanding in terms of specialization and professionalism of service's providers.

*The Czech regions dispose of quality potential to develop incentive tourism. This potential has not been used enough and the marketable products have not been developed yet.*

**Key words:** *Incentive tourism – incentive programme – incentive product – specific education – Czech regional offer.*

**Klíčová slova:** *incentivní turismus – incentivní program – produkt incentivního turismu – specifické vzdělání – nabídka regionů ČR.*

### **Jana Píteková: Rajonizácia a regionalizácia cestovného ruchu ako zdroj tvorby krajských koncepcií rozvoja cestovného ruchu na Slovensku**

**Abstract:** *On the basis of the characteristic of territorial planning documents which deal with zonal and regional segmentation of tourism, the article explains possibilities of their exploitation in connection with the creation of tourism development conceptions in Slovakia. Because of the absence of UNICEF methodology of their processing as well as the lack of tourism-related legislation which could bring system into the coordination of tourism marketing activities and their financing, each region acts individually without any cooperation or coordination with other regions. Nevertheless, many times they are neighbouring regions and very often the regionally specified area of tourism is closely connected with both of the regions.*

**Key words:** *regionalization, conception, tourism*

**Klíčová slova:** *regionalizácia, koncepci, cestovný ruch*

### **Alena Polívková: Názvy našich lázní a jak jich užívat**

**Abstract:** *The Article „Names of our Spas and how to use them“ is destined to the practical need of the wide readerscommunity, and thates why it is not purposely conceived as a systematic scientific exposé but it strives to express the author's view of actual problems touching one field of our language which every user ort ze Czech language gets increasingly interested in. We all meet with these names every day, so each of us might have been at a loss which form to use of this or that name.*

*I am tržit to introduce the common user of the formal language into the relevant questions concerning the names of our spas, especially in term sof their functioning in the common language practice, and further on I am trying to meet the current demands of our society , i.e., these proper names can fulfil thein social communicative function only if people use them correctl, i.e., within the principles of the language culture.*

**Key words:** *proper name, names of our spas, mineral spring, language culture, codification, usage, folk-memory, declination, derivation, orthography (spelling).*

**Klíčová slova:** *místní jméno, názvy našich lázní, léčivý pramen, jazyková kultura, kodifikace, úzus, tradice, deklinace, derivace, ortografie.*

### **Milena Peršić, Sandra Janković, Doubravka Vlasić: New approach to management accounting in Croatia hospitality industry**

**Abstrakt:** *Cílem boloňského procesu – Boloňský proces – Vytváření Evropského prostoru vysokoškolského vzdělávání, MŠMT Praha 2006. //http://www.bologna.msmt.cz je získání a používání dovedností, které umožní konkurenceschopnost na trhu práce. Dnešní tržní prostředí se velice rychle mění a je zcela zřejmé, že v něm má sektor služeb prvořadou pozici.*

Největší intelektuální a zároveň nejvíce se měnící výzvou v oblasti managementu je právě účetnictví ve službách. Před vzdělávací pracovníky je postaven důležitý úkol nalézt co nejlepší výukové metody k tomu, aby byly jednak studentům předány nové poznatky z oboru účetnictví (poznatky, které odpovídají požadavkům na účetnictví v 21. století), jednak dále rozvíjeny jejich profesionální schopnosti v této oblasti.

Turismus a hotelnictví tvoří v Chorvatsku velmi důležitou součást sektoru služeb a vyžadují, aby se zlepšily znalosti nových teorií v účetnictví a aby se účetní údaje staly nezbytnou informací pro manažerské rozhodování. Rozvoj sektoru služeb a rychlé změny v turistickém průmyslu vyžadují i reakci v oblasti vzdělávání a profesní přípravy nové generace účetních a manažerů zabývajících se manažerským účetnictvím.

Cílem výzkumu bylo identifikovat a dále zlepšit nejlepší vzdělávací a zkuškové strategie v oblasti výuky účetnictví v terciárním vzdělávání. Zároveň se zamýšlel nad efektivitou interaktivních technik a zkoušek. V souladu s Boloňskou deklarací je středem výukového-studijního-zkušebního procesu student, nikoliv vyučující. Posláním realizace nových metod ve výuce a zkoušení účetnictví je zintenzivnit přínos akademických pracovníků, kteří připravují budoucí účetní pro jejich profesi; studenti by měli být připraveni tak, aby se stali experty v přípravě a aplikaci účetních informací v praxi, tedy v podnicích sektoru turismu a hotelnictví. Účelem tohoto příspěvku je empirické zhodnocení vzájemných závislostí z hlediska studenta, který studuje účetnictví jako součást svého studijního oboru zaměřeného na turismus a hotelnictví.

Výzkum se zabývá zhodnocením nejlepších metod získávání znalostí v předmětu Finanční účetnictví (2. ročník) a Manažerské účetnictví (4. ročník) a byl realizován na Fakultě managementu turismu a hotelnictví v Opatiji na ročnících 2002 a 2005. Výsledky výzkumu pak budou porovnány s podobným výzkumem provedeným v USA (2000).

**Klíčová slova:** Boloňský proces, výuka účetnictví, učební strategie, výukové strategie, turismus, hotelnictví.

**Key words:** Bologna Process, Accounting Education, Learning Strategie, Instructional Strategie, Tourism, Hospitality Industry.

**Abstract:** New approach to the management accounting is a task to prepare those accounting information, which has the possibility to indicate what costs, revenue and result should be. The goal of quality accounting information in Croatian hospitality industry are connected with thesis, that someone has to be held responsible for each cost, because if no one is responsible for them, they will inevitably grow out of control. Management attention has to be focus to efforts where they will do the most good. Simply measuring and reporting quality costs does not solve quality problems, because problems can be solved only by action on the part of management. It is a task of management accounting information system, a subsystem in a management information system. It is designed to identify, collecting, processing and communicating financial and other data, and to transforming it into economic information. Management accounting information has to be prepared on high quality level, because they are very important for manager's decision making. Especially, manager should be responsible for those items of revenues and costs that he/she is able to control and also for deviations between budgeted goals and actual results. Responsibility accounting is a presumption of quality management accounting information. It is a part of management accounting, able to present to each manager those information, that are connected with performance and items, and only those items, about which he/she is responsible to decide and are directly under his/her control. The results of responsibility accounting are segment reports, which personalize accounting information, to looking at result from a personal control standpoint. Four-stage model characteristics of costs and performance management system, indicates that management accounting in Croatian hospitality industry is mainly in

*the second stage of development (financial reporting driven), and have to be implemented Activity Based Costing methods, and quality cost reporting system, like a part of Activity Based Management.*

**Daniel Jaroš: Ediční činnost Vysoké školy hotelové v Praze**

**Abstract:** *The article intends to acquaint the readers with IHM publications from the beginning up to present.*

**Key words:** *Publication, edition, library.*

**Klíčová slova:** *Publikace, vydání, knihovna.*