

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra aplikované lingvistiky

Green management
Bakalářská práce

Autor: Miroslav Kotmel
Studijní obor: Management cestovního ruchu
Vedoucí práce: Mgr. Jaroslav Kacetl, Ph.D.

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Green management zpracoval samostatně a veškerou uvedenou literaturu a další prameny jsem řádně citoval.

V Hradci Králové dne 16.8.2019

Miroslav Kotmel

Poděkování:

Touto cestou chci poděkovat vedoucímu práce Mgr. Jaroslavu Kacetlovi, Ph.D. za poskytnutí odborných rad a ochotu pomoci při tvorbě této bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá pojmem green management a jejím cílem je zjistit, do jaké míry je tento pojem známý v České republice. V první části práce obsahuje teoretická východiska, která se zaměřují na green management a jeho vymezení, green management ubytovacích zařízení, ekoznačení a certifikace, green management v České republice a v neposlední řadě i na přínosy green managementu. Součástí práce je zároveň kvantitativní výzkum, který byl proveden na vymezeném vzorku lidí. Na základě výzkumu jsou dále vypracovány předběžné závěry, které lze použít pro marketingové účely se zaměřením na green management.

Klíčová slova

cestovní ruch, green management, ubytovací zařízení, ekohotely, ekoznačení, certifikace

Annotation

Bachelor thesis focuses on the concept of green management and its aim is to find out to which extent is this concept known in the Czech Republic. The first part of the thesis contains theoretical part focusing on green management and its definition, green management of accommodation facilities, eco-labelling and certification, green management in the Czech Republic and lastly the benefits of green management. The thesis also includes quantitative research carried out on a defined sample of people. Based on the research, preliminary conclusions are further developed, which can be used for marketing purposes focusing on green management.

Keywords

tourism, green management, accommodation facilities, ecohotels, eco-labelling, certification

Obsah

1. Úvod	1
2. Literární rešerše	2
3. Cíl práce a metodika zpracování	2
4. Teoretická východiska	4
4.1 Vymezení pojmu green management	4
4.2 Proces green managementu	5
4.2.1 Motivace.....	5
4.2.2 Plánování akce.....	6
4.2.3 Realizace	6
4.2.4 Sledování výsledků	6
4.3 Green management ubytovacích zařízení	7
4.3.1 Kritéria ekoznačení	7
4.4 Eco-labelling a certifikace	10
4.4.1 EMS	11
4.4.2 Ekoznačka EU.....	13
4.4.3 Ekologicky šetrný výrobek a služba.....	14
4.5 Green management v České republice	15
4.6 Přínosy green managementu	16
4.6.1 Ekonomické přínosy.....	17
4.6.2 Zlepšení image podniku	18
4.6.3 Soulad s legislativou	19
4.6.4 Environmentální přínosy	19
4.6.5 Zlepšení kontroly a řízení podniku	20
4.6.6 Zvýšení uvědomění zaměstnanců.....	20
5. Praktická část.....	21
5.1 Použitá metoda výzkumu	21
5.2 Dotazníkové šetření	21
5.2.1 Zkoumaný soubor	21
5.2.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření	26
6. Diskuze	43
7. Shrnutí výsledků.....	45
8. Závěr	48

9.	Seznam použitých zdrojů	50
10.	Seznam grafů a obrázků	55
11.	Seznam tabulek.....	56
12.	Přílohy.....	57

1. Úvod

Ve 21. století dochází k neustálému a rapidnímu rozvoji cestovního ruchu. V současné době je globální ekologická krize stále aktuálnějším tématem, a proto péče o životní prostředí patří mezi nejzásadnější celosvětové problémy. Z důvodu početného množství ubytovacích zařízení v destinacích cestovního ruchu lze tvrdit, že sektor hotelnictví má negativní vliv na životní prostředí v celosvětovém měřítku. Dnes se čím dál tím více podniků, nejen v oblasti cestovního ruchu, snaží zaměřit na omezení a snižování dopadů svých aktivit na životní prostředí, jehož kvalita a čistota patří právě mezi hlavní faktory, které mohou zásadně ovlivnit rozhodnutí potenciálních zákazníků o návštěvě dané destinace.

V České republice jsou zelené hotely dosud začínající trend, který se ale neustále vyvíjí a rozšiřuje. V zahraničí je tento typ hotelů naopak zastoupen v hojnější počtu. Lze pozorovat, že v České republice zájem o ochranu životního prostředí postupně narůstá, ať už v případě hoteliérů nebo i u jejich zákazníků. Nicméně se jedná stále o příliš nízký počet těch, kteří jsou ochotni pro změnu nepříznivého stavu něco dělat. Dnešní společnost si totiž stále neuvědomuje možnosti ubytování v zařízeních, které šetří životní prostředí a zároveň nabízejí vysokou kvalitu komfortu a pohodlí pro trávení volného času nebo služebních cest.

Při zavedení green managementu do podniku je důležité, aby ho přijali nejen zákazníci, ale i samotní zaměstnanci a vedení podniku. Pokud je takové zavedení úspěšné, mohou tak přilákat více potenciálních zákazníků, kteří berou ohled na zhoršující se životní prostředí, a stejně tak své zákazníky v tomto trendu určitým způsobem nasměrovat pro další cestování.

Tato práce se v první části zabývá teoretickými východisky, jako jsou green management a jeho vymezení, dále green managementem ubytovacích zařízení, certifikací a v poslední podkapitole je zmíněn green management na území České republiky.

Součástí práce je praktická část, která se zaměřuje na kvantitativní výzkum. V tomto případě byla zvolena metoda dotazníkového šetření na vymezeném vzorku osob. Částečně se práce věnuje i analýze zahraničních studií řady autorů. Na základě výzkumu jsou vypracovány výsledky a dále jejich zhodnocení.

Důvodem výběru tématu je autorova záliba v trendu green managementu, a stejně tak i snaha o rozšíření povědomí o tomto pojmu v České republice, kde tato problematika dosud ještě není v takové míře rozšířena.

2. Literární rešerše

Práce částečně čerpá z odborné literatury v českém jazyce. Nicméně se jedná o poměrně nové téma, a proto jsou využívány i zahraniční a elektronické zdroje.

Mezi hlavní zdroje k popisu green managementu pro teoretická východiska bakalářské práce patří zejména *Výkladový slovník cestovního ruchu* (Zelenka a Pásková, 2012). Bylo čerpáno z publikace *Moderní řízení hotelového provozu* (Beránek, 2013), kde je vhodně popsána problematika ekoznačení. Dále byla k práci z tištěné literatury využita publikace *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha* (Křížek a Neufus, 2014). Za zmínku stojí i kniha *Management kvality a environmentu: učební text vedlejší specializace management kvality, environmentu, bezpečnosti a ochrany zdraví při práci* (Veber, 2002). K doplnění teoretické části přinesly spoustu přínosných informací i internetové zdroje.

3. Cíl práce a metodika zpracování

Hlavním cílem této práce je zjistit, do jaké míry je pojem green management známý v České republice. Společně s hlavním cílem práce byly stanoveny i další dílčí cíle, tedy zda turisty zajímá problematika green managementu a životního prostředí a konečně zdali potenciální zákazníci při výběru hotelu zohledňují zaměření hotelu na green management jako jednu z priorit pro ubytování v daném hotelu. Na základě teoretické analýzy pojmu práce dále zkoumá, v jakých oblastech je green management přínosný.

K dosažení stanovených cílů byl zvolen kvantitativní výzkum a v jeho rámci nejčastěji používaná metoda sběru informací – dotazníkové šetření. Cílená skupina dotazovaných je laická veřejnost, přesněji potenciální zákazníci neboli turisté. K výzkumu bylo využito mnohých zahraničních studií a jejich další analýze a interpretaci.

K úspěšnému splnění cílů této bakalářské práce byly stanoveny následující výzkumné otázky.

Výzkumné otázky

- 1) Jaký je podíl potenciálních zákazníků, kteří znají pojem green management?
- 2) Jaké procento turistů zohledňuje zaměření na green management jako jednu z hlavních priorit při výběru ubytovacího zařízení?
- 3) Jaký je podíl zákazníků, kteří se zajímají o problematiku green managementu a životního prostředí?
- 4) V čem je green management přínosný?

Metodou dotazníkového šetření budou hledány odpovědi k otázkám číslo 1, 2 a 3. Výsledky lze v budoucnu využít například pro marketingové účely se zaměřením na green management.

Na základě teoretické analýzy pojmu green management bude práce hledat odpovědi k otázce číslo 4. K této problematice je využíváno především studií oficiálních dokumentů a publikací, výzkumů a zahraničních studií.

Blíže bude metodika zpracování práce popsána v kapitole metodologického výzkumu.

4. Teoretická východiska

4.1 Vymezení pojmu green management

Podle *Výkladového slovníku cestovního ruchu* lze pojem green management neboli také zelený management, definovat jako filozofii, technologii a metodiku používanou při řízení hotelu s hlavním záměrem optimalizovat vliv hotelového provozu na životní prostředí (Zelenka a Pásková, 2012). Cílem má být propojení ekologie, lidského povědomí i ekonomiky a vytvořit tak nedílnou součást filozofie a vedení podniku (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2012).

V posledních letech dochází k neustálému a rychlému růstu celosvětové ekonomiky a zároveň s ní i úrovně kvality života. Za tuto dobu se problematika ochrany životního prostředí teprve dostávala do povědomí lidí. Proto je k dosažení vyšší úrovně životních podmínek nutné začít s ochranou životního prostředí.

V dnešní době se Země potýká s neustálým znečišťováním ze všech druhů průmyslů, což má dopad na životní prostředí a způsobuje tak mnoho environmentálních problémů. Přestože lze hovořit o ekonomickému růstu a s ním i právě spojeném rozvoji cestovního ruchu, dochází k němu na úkor znečišťování a negativních dopadů na životní prostředí. Příkladem může být v globálním měřítku i rychlost spotřeby energie z neobnovitelných zdrojů. V sektoru služeb je jedním z největších spotřebitelů energie a zemských zdrojů hotelový průmysl (Tzb-info.cz, 2012), který hraje důležitou roli v rámci vývoje cestovního ruchu, a právě z toho důvodu došlo ke vzniku green managementu. V případě úspěšné realizace green managementu dochází nejen ke snižování negativních dopadů na životní prostředí, ale zároveň i k zefektivnění nákladů, které ubytovací zařízení musejí vynakládat (Chen a Chen, 2012). Nejvíce se tato opatření zavádějí v oblasti energie, vody nebo například i spotřebního materiálu. Dle výzkumů z posledních let lze pozorovat úsporu energie až v řádech desítek procent (Křížek a Neufus, 2014).

Kromě úspory spotřeby energie a vody může mít green management další výhody. K nim patří například i dobrá image hotelu. V posledních letech začínají růst nároky hotelových zákazníků a mimo klasické faktory, jakými jsou poloha a cena, se zajímají i o dopady na životní prostředí, zdravý životní styl atp. Z toho důvodu postupně narůstá poptávka těchto faktorů a pro hotely je důležité, aby byly schopné nabízet

svým zákazníkům to, co chtějí a poptávají, ať už se jedná například o lokální potraviny, biopotraviny atd. (Beránek, 2013).

4.2 Proces green managementu

Podle Beránka (2013) je zavedení green managementu dlouhodobým závazkem a jedná se o nekončící proces, který s sebou zároveň přináší i vysoké počáteční náklady. Další finanční prostředky je nutné vynaložit na řádné proškolení i motivování zaměstnanců a všech, kteří se podílejí na hotelovém provozu. V neposlední řadě je velmi důležitý výběr dodavatelů, stejně tak i poskytovatelů servisních služeb.

Úspěšné zavedení green managementu pro podnik znamená nejen úsporu v rámci provozních nákladů, ale přináší i marketingovou výhodu v možném boji s konkurencí. Může také dojít k tzv. synergickému efektu, což v tomto případě má za následek to, že host následuje zavedené principy v hotelu nadále ve všedním životě. Proces green managementu lze rozdělit do 4 částí: motivace, plánování akce, realizace a sledování výsledků (Beránek, 2013).

4.2.1 Motivace

Motivace je první část celého procesu. Ihned na začátku je třeba určit odpovědnou osobu, která bude zodpovědná za uvedení této filozofie do chodu hotelu. Tato osoba zároveň slouží i jako vzor pro personál. Měla by tedy u ostatních zaměstnanců mít respekt a stejně tak i podporu majitele nebo manažera. Všichni zaměstnanci musejí do určité míry znát principy a cíle, ke kterým hotel směřuje. Pokud jsou vyzorovány jakékoliv nedostatky, mají zaměstnanci možnost přijít s podněty a nápady, které situaci zlepší. Odpovědná osoba musí všechny nápady a připomínky brát na vědomí a reagovat na ně. Důležité je také neustále pracovat na zvyšování motivace ostatních zaměstnanců, například pomocí team buildingových aktivit.

Zlepšit motivaci lze i při zapojení podniku do různých místních, národních či nadnárodních aktivit se zaměřením na životní prostředí a dále také rozvíjení informační sítě. Všechny tyto aspekty pomáhají podniku vybudovat image v očích zákazníků, úřadů a veřejnosti.

4.2.2 Plánování akce

Druhá část procesu se nazývá plánování akce. Dochází k ní za předpokladu, že byla splněna první část, tedy zaměstnanci jsou dostatečně motivováni a mají přehled o ekologickém řízení hotelu. V této fázi si podnik vybere oblasti k zaměření a následně vytvoří akční plán s jasně vytyčenými cíli (Beránek, 2013).

Zpočátku je vhodné zjistit současný stav, od kterého lze následně pozorovat případné zlepšení. Po zjištění aktuálního stavu se navrhnou možnosti zlepšení a vytvoří se akční plán. Z něj se vybere oblast, která bude upřednostněna, jaké postupy se použijí a stanoví se termíny pro splnění cíle. Vzhledem k předem vytyčeným cílům lze měřit úspěšnost či neúspěšnost v rámci programu. Ideální je se nejprve zaměřit na lehce dosažitelné cíle. Pokud v opačném případě dojde k selhání naplnění cíle, může to mít za následek snížení nebo i ztrátu motivace a morálky zaměstnanců (Národní federace hotelů a restaurací České republiky, 1996).

4.2.3 Realizace

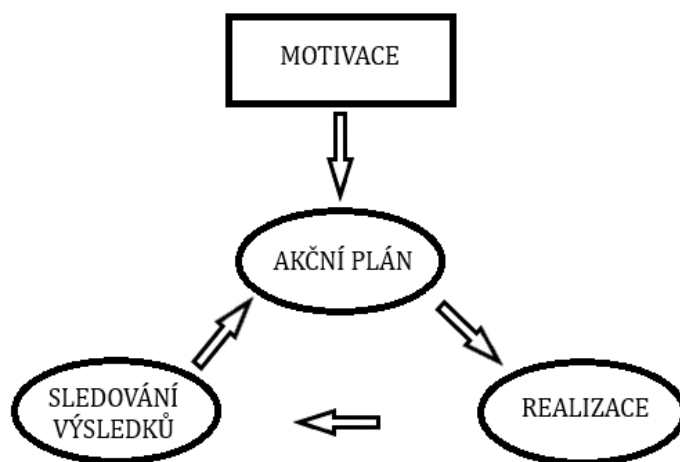
Třetí a zároveň i nejobtížnější částí procesu je realizace. V této fázi dochází k vytváření osobních plánů pro zaměstnance. Tyto plány obsahují veškeré specifické i obecné úkoly, které jsou od zaměstnanců očekávány a zároveň také vyjadřují, že ochrana životního prostředí je součástí pracovní náplně. Odpovědná osoba je povinná všechny zaměstnance podporovat, motivovat a dále informovat. Sami zaměstnanci si musejí být vědomi, že dělají užitečnou věc. Pokud dojde ke změnám například v oblasti šetření energií, třídění odpadu nebo ke vzniku nových technologií a výrobků šetrných k životnímu prostředí, musí být celý personál se změnami obeznámen. Zpětná vazba a předávání informací jsou v tomto případě klíčové prvky, aby zaměstnanci pak sami mohli vidět, jak svou činností přispívají (Beránek, 2013).

4.2.4 Sledování výsledků

Poslední krok uzavírající proces green managementu je sledování výsledků. Důležité v této části je zvolení dobrých sledovacích metod pro následnou analýzu a

vyhodnocení dosažených cílů. Sledování musí být prováděno soustavně a trvale. Pokud se odhalí chyby, je zapotřebí podniknout nutné kroky vedoucí k nápravě.

Obrázek 1: Schéma procesu green managementu



Zdroj: vlastní zpracování podle GREEN MANAGEMENT. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2012.

4.3 Green management ubytovacích zařízení

Počátky ekohotelů se datují do 90. let 20. století. V dané době proběhlo několik významných konferencí a diskuzí na téma environmentálního stavu světa. Mezi ty nejvýznamnější patřil „Summit Země“ pořádaný Spojenými Národy v roce 1992 v Rio de Janeiru, dále i „Montrealský Protokol“ na ochranu ozónové vrstvy v roce 1991 nebo „Kyótský protokol“ o globálním oteplování v roce 1997. Jako reakce na ně byla právě snaha podnikatelů o získání zelených certifikací a zavedení důležitých opatření ke snížení dopadů provozu na životní prostředí. První dokumenty, které slouží jako návod pro případné zavedení green managementu do provozu hotelů vznikly ve Spojených státech amerických a jedná se zejména o *Green Hotel Initiative* a *Best Practices Survey* (Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2012).

4.3.1 Kritéria ekoznačení

Aby podnik mohl získat ekoznačení, ať už se jedná o registraci EMAS, normy ISO 14001, ekoznačku EU nebo označení ekologicky šetrného výrobku či služby, je zapotřebí splnit řadu kritérií a obstát při spoustě kontrol. Označení mohou obdržet

nejen hotely, ale i restaurace a kempy. V praxi takové označení znamená, že danému zařízení se podařilo snížit svůj negativní dopad na životní prostředí na minimum (Zelenezpravy.cz, 2013).

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2012) uvádí, že ubytovací zařízení musí splňovat určité principy pro vznik ekohotelu. Mezi tyto principy patří úspora energie, úspora vody, nakládání s odpadem, čistota ovzduší a v neposlední řadě i komunikace a vzdělávání. V následujících odstavcích jsou principy blíže popsány.

- Úspora energie

Úspora energií je vzhledem k hotelové spotřebě jedno ze zásadních kritérií. Ekohotel musí energii čerpat z obnovitelných zdrojů, jednou variantou mohou být například solární panely, které mimo jiné lze i využít k výrobě teplé vody.

Dále by v daném ubytovacím zařízení měly být využívány energeticky šetrné elektrické spotřebiče, účinná tepelná izolace a také automatický systém k vypínání světel a regulaci tepla. V neposlední řadě je i vhodné si vést evidenci hodnot o spotřebě energie.

- Úspora vody

Spotřeba vody se váže ke spoustě operacím v hotelu, od samotných hygienických potřeb hostů přes přípravu jídel a nápojů, čištění až po údržbu. Je vhodné hosty upozorňovat na šetrné využívání vody. Ti pak mohou k úspoře přispět tím, že nebudou vyžadovat denně výměnu ručníků a osušek, tzv. zelený program zajišťuje výměnu pouze na jejich vyžádání.

Mezi podstatné vybavení ekohotelu patří úsporné vodovodní kohoutky, sprchy, myčky, pračky a toalety. Každý takový hotel by měl být vybaven i vhodnou čističkou odpadních vod (Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2012).

- Nakládání s odpadem

V provozu hotelu se vyprodukuje několik různých druhů odpadů. Zásadní je samozřejmě třídění odpadu, ale hotely by se měly zaměřit i na snižování objemu, opětovné použití a recyklaci (European Commission, 2013).

Docílit snížení objemu odpadu lze několika způsoby. Jedním z nich je nákup balení s možností opakovaného plnění. Vrácení obalů dodavateli a nákup větších balení taktéž snižuje jejich objem. Vhodné je nakupovat univerzální čisticí prostředky. Naopak hotel by se měl vyvarovat použití jednorázových balení. Tyto metody zároveň umožní hotelu i snížení vlastních nákladů (Scholz, 2015).

Recyklace je další způsob, jak lze snížit objem odpadu. Každý hotel, který chce být šetrný k životnímu prostředí by měl na recyklaci vhodně upozornit hotelové hosty, zavést nádoby na různé druhy odpadů a nebezpečný odpad likvidovat.

V neposlední řadě je vhodné zmínit, že odpad lze i využít na získávání energie. Jednou z takových možností je recyklace použitého oleje, který se následně využívá ve formě vozidlového biopaliva. Dalším způsobem je anaerobní digesce. Díky tomuto technologickému procesu lze biologicky rozložitelný odpad přeměnit na bioplyn, který lze dále využít například při výrobě elektřiny (Green hotelier, 2013).

- Čistota ovzduší

Čistota ovzduší je dalším bodem, kterému hotely musí věnovat zvýšenou pozornost. V tomto případě je důležitá především doprava. Hotel by měl upřednostňovat hlavně místní dodavatele, což zároveň podpoří i regionální ekonomiku. Ke snížení výfukových plynů může pomoci i zaměstnání místních obyvatel a informování hostů o možnostech využití hromadné dopravy (Scholz, 2015).

Ekohotely by taktéž měly být nekuřácké. V tomto případě je nutné, aby prostory byly řádně označené a hosté tak věděli, že se jedná o snahu hotelu udržet vzduch čistý. K ideální čistotě je pro hotel vhodná instalace čističek vzduchu, které odstraňují škodlivé látky z ovzduší. Takto lze docílit nejen snížení absence personálu, ale i samotní hosté si uvědomí zájem o jejich zdraví ze strany hotelu. Díky tomu se hosté budou rádi vracet a image podniku se zvýší (Dryfhout, 2016).

- Komunikace a vzdělávání

Tato část se týká především samotného personálu a hotelových hostů. Personál by měl být do celého procesu green managementu aktivně zapojen a účastnit se pravidelného školení, aby mohl odpovídat na případné otázky hostů týkající se zeleného provozu podniku. Zaměstnanci by také měli vhodným způsobem hosty informovat o šetrném přístupu k životnímu prostředí, aby hosté správně pochopili, z jakého důvodu mají dodržovat principy ubytovacího zařízení.

Hosté mohou získat informace několika různými způsoby. K tomu jsou ideální vhodně umístěné letáky podněcující ekologické myšlení. V dnešní době je možné i využít prezentaci green managementu pomocí webových stránek podniku.

4.4 Eco-labelling a certifikace

Jak už lze z předchozích kapitol odvodit, přechod na zelené řízení je poněkud složitý proces. Změny probíhají společně s primárními nástroji činnosti, jako jsou právní, zdravotnické a bezpečnostní předpisy, s plánováním a tvorbou požadavků na spotřebu vody, energie a odpadu, dále i ekologických daní a dalších dobrovolných standardů (Bohdanowicz, Simanic a Martinac, 2004).

Hotelový průmysl vytvořil několik ekoznačení jako reakci na potřeby managerů a turistů, kteří si chtějí změřit či ověřit zelenou úroveň daného podniku. Ekoznačky poskytují zásadní informace o vlivu ubytovacího zařízení nebo kteréhokoliv jiného podniku na životní prostředí. Zelená úroveň se zvyšuje podle rozsahu kroků, které je hotel ochotný podniknout ke snížení svého dopadu na životní prostředí (Diniz, 2004).

Každá certifikace je podmíněná splněním určitých a jasně stanovených podmínek. Dané označení zaručuje nejen to, že podnik snížil svůj negativní dopad na životní prostředí, ale dále i znamená podporu ochrany zdraví svých zaměstnanců a veřejnosti. Obecně existuje velké množství ekoznaček. Mezi nejčastěji využívané v hotelovém průmyslu patří EMAS, ISO 14001, Ekoznačka EU a Ekologicky šetrná služba a výrobek (Beránek, 2013).

4.4.1 EMS

EMS znamená systém environmentálního řízení, z anglického spojení Environmental Management Systems. Jedná se o přístup, jehož cílem je zařazení ochrany životního prostředí do strategie i provozu daného podniku. EMS umožňuje organizacím prokázat, že v oblasti své činnosti dbají na ochranu životního prostředí a zároveň i při produkci výrobků nebo poskytování služeb zvažují dopady v rámci své činnosti na životní prostředí (Cenia, 2019).

Zavedení těchto systémů se projeví nejen na stavu životního prostředí, ale i na samotném hotelu. Z praxe bylo zjištěno, že při dodržování těchto systémů dochází ke snížení provozních nákladů, a dokonce i ke zlepšení vztahů se státní správou a obchodními partnery. V neposlední řadě podnik získává i konkurenční výhody (Křížek a Neufus, 2014).

Podniky se při zavedení tohoto systému snaží dosáhnout především těchto cílů:

- pořádek ve všech oblastech činnosti
- zlepšení vztahů s širokou veřejností a veřejnou správou
- soulad se všemi podmínkami environmentálního práva
- získání ekoznačení (registrace EMAS nebo ISO 14001) (Řezáč, 2009)

Zavedení systémů environmentálního řízení je dobrovolná záležitost a závisí pouze na podniku samotném, zdali chce na EMS přistoupit. V případě, že se organizace rozhodne zapojit a přistoupit na tento systém řízení, existují dvě možnosti zavedení EMS. Jedna z nich je podle Evropské EMAS, druhou možností jsou mezinárodní normy, zejména se jedná o tu základní ISO 14001 (Křížek a Neufus, 2014).

- **EMAS**

EMAS neboli Eco-Management and Audit Scheme lze do češtiny přeložit jako systém řízení podniku a auditů z hlediska ochrany životního prostředí. Jedná se o dobrovolný environmentální systém řízení, který byl vytvořen Evropskou Unií. Vstoupil v platnost v roce 1995 a u podléjících se organizací se snaží prosadit neustálý rozvoj v chování k životnímu prostředí (European Union, 2010).

Získání tohoto certifikátu je poměrně náročné a závisí na typu podnikatelské činnosti. Obvykle registrace trvá v rozmezí jednoho až dvou měsíců, následně podnik obdrží samotné vyjádření a podle něj pak i certifikát podepsaný ministrem životního prostředí a logo EMAS. Certifikát je platný tři roky.

K registraci do programu EMAS je nutné, aby organizace provedla určité kroky. Podnik musí odhalit svůj vliv a stanovit cíle k ochraně životního prostředí a zároveň také plán k dosažení těchto cílů. Každé tři roky je vydáno prohlášení o stavu životního prostředí, které musí být překontrolováno pověřenou nezávislou osobou. Prohlášení jsou zpřístupněna veřejnosti (Křížek a Neufus, 2014).

Obrázek 2: Logo EMAS



Zdroj: Česká informační agentura životního prostředí CENIA, 2019

- **ISO 14001**

Jedná se o technickou univerzální normu, která je součástí světově uznávaných normativních dokumentů ISO 14000. Ty slouží k zavedení EMS do provozu podniku a zároveň i k získání certifikace uvedených systémů a hodnot. K zavedení EMS slouží hlavně norma ISO 14001, která je systémem environmentálního řízení. Z ní navíc vznikl i výše zmíněný systém EMAS, o kterém lze uvažovat jako o nástavbě této normy (Veber, 2002).

ISO 14001 specifikuje požadavky na systémy environmentálního řízení tak, aby byl podnik schopen vytvoření a zavedení nové politiky. Nově vytyčené cíle musí následně splňovat i požadavky právních předpisů. Norma dále obsahuje i informace o důležitých environmentálních aspektech (ČSN EN ISO 14001, 2016).

○ **Odlišnosti EMAS a ISO 14001**

Oba systémy zasahují do systému řízení podniku obdobně. Podnik musí co nejvíce respektovat své dopady na životní prostředí, vztahy ke svému okolí, zaměstnancům a celé veřejnosti.

EMAS je nejdůvěryhodnější nástroj pro správu životního prostředí na trhu. Norma ISO 14001 se stala součástí systému EMAS v roce 2001, proto bylo možné bez větších komplikací přejít k EMAS za předpokladu, že podnik již v dané době vlastnil certifikaci ISO (European Union, 2010).

Tabulka 1: Hlavní rozdíly systému EMAS a normy ISO 14001

	Působnost certifikátu	Pole působnosti	Požadavek přezkoumání životního prostředí	Proces zakončení	Oblast zaměření
EMAS	EU	výrobní činnosti	vyžadován	prohlášení	zlepšení vlivů na životní prostředí
ISO 14001	mezinárodní	všechny okruhy	nevyžadováno	certifikace	zlepšení EMS

Zdroj: Vlastní zpracování podle: VEBER, Jaromír. 2002

4.4.2 Ekoznačka EU

Ekoznačka EU, často také známá pod označením Květina (z angličtiny The Flower), vznikla na podporu služeb a produktů se zmenšeným dopadem na životní prostředí již v roce 1992. K certifikaci ubytovacích zařízení existuje ekoznačka od roku 2003.

Takto označené podniky se mohou pyšnit zařazením mezi ekologicky nejšetrnější organizace ve své lokalitě. Logem květiny se ubytovací zařízení zavazuje poskytovat zdravé ubytování, výživu a celkově čisté prostředí pro své hosty a zaměstnance. Mezi vlastnosti takto označeného ubytování patří například využití přírodních stavebních materiálů a omezení použití nebezpečných látek.

Organizace s touto certifikací jsou oprávněné používat logo květiny ve veškerých marketingových nástrojích, tedy v propagačních materiálech, průvodcích, webových stránkách atd. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015). Ekoznačku lze udělit v několika odvětvích (mimo potravin a léků), v rámci cestovního ruchu může být

certifikace obdržena turistickými ubytovacími službami a ubytovacími službami kempů (Beránek, 2013).

Obrázek 3: Symbol Ekoznačky EU



Zdroj: Česká informační agentura životního prostředí CENA, 2019

4.4.3 Ekologicky šetrný výrobek a služba

V českém národním programu byla ekoznačka Ekologicky šetrný výrobek registrována v roce 1994 a je spravována Českou informační agenturou životního prostředí. V roce 2004 došlo k rozšíření celého programu o certifikaci ubytovacích služeb a tím vznikla ekoznačka Ekologicky šetrná služba. V současnosti bylo na trhu certifikováno již přes 400 produktů a služeb (Big Room INC, 2019).

Používáním výrobku s uvedenou certifikací zaručuje, že spotřebitel užitím takového produktu minimalizuje svůj negativní dopad na životní prostředí. Ekoznačka ekologicky šetrný výrobek a služba je uznávaná certifikace kvality i v zahraničí, přestože může být udělena pouze produktům na trhu České republiky (Cenia, 2019).

Obrázek 5: Ochranná známka EŠV



Obrázek 4: Ochranná známka EŠS



Zdroj: Česká informační agentura životního prostředí CENIA, 2019

4.5 Green management v České republice

Přestože v zahraničí se jedná o velmi oblíbený trend v rámci ubytovacích zařízení, v České republice se dosud na velký rozvoj teprve čeká a v současnosti není tak snadné ubytování se šetrným přístupem k životnímu prostředí najít.

V roce 2006 byl v České republice certifikován první ekologický hotel Adalbert a následně se očekávalo, že spousta dalších bude následovat. Do roku 2008 získalo certifikaci celkem dvanáct hotelů. Bohužel v následujících letech hotely začaly od certifikace upouštět, až v roce 2013 zůstalo pouze pět hotelů, které si certifikaci udržely (Nazeleno.cz, 2013). Důvodem může být zpřísnění kritérií na počátku roku 2010, které pomalu vedlo ke snižování počtu ubytovacích zařízení vlastních ekoznačku. V současné době se počet certifikovaných ubytovacích zařízení nezměnil, nicméně se v některých případech jedná o odlišné podniky než ty, které označení obdržely již v minulosti (European Commission, 2019).

Je důležité zmínit, že certifikace není zásadní k tomu, aby se hotel sám dle svých možností a schopností choval šetrně k životnímu prostředí. Přesto může certifikace přinášet velkou výhodu při zákaznicko hodnocení hotelu, konkurenčním boji a marketingovém využití (Nazeleno.cz, 2013).

Obecně lze říci, že počet certifikovaných ubytovacích zařízení se v České republice snižuje. Hlavní příčinou může být právě celý proces certifikace, který je poměrně nákladný. Registrační poplatky jsou různé, například u značky ekologicky šetrný výrobek se jedná o částku 20 000 Kč, za značku ekologicky šetrná služba společnost zaplatí 10 000 Kč a za ekoznačku EU je účtován registrační poplatek 9 000 Kč. Zároveň je nutné uhradit u označení ekologicky šetrná služba roční poplatek v částce 5 000 Kč, u ekoznačky EU se roční poplatek vypočítává jako 0,15 % ročního obrátu (min. 15 000 Kč, max. 750 000 Kč). V neposlední řadě je při změně kritérií a rozšíření licence nutné u všech ekoznaček uhradit recertifikační poplatek v hodnotě 2 000 Kč. Pokud má společnost registrované EMAS nebo certifikaci podle norem ISO 14001, může uplatnit slevu na registrační a recertifikační poplatek (Cenia, 2019). Přesto se ale podniky k získávání ekoznačení stále nemají. Jedním z mnoha dalších důvodů může být i náročná a nákladná rekonstrukce ke splnění požadavků certifikace.

Aktuálně je v České republice certifikováno 5 ubytovacích zařízení ekoznačkou EU (European Commission, 2019). Mezi ně patří:

- hotel Adalbert ***
- hotel Adria ****
- Plaza Alta Hotel ****
- hotel Jurys Inn ****
- SEVER - Středisko Ekologické Výchovy A Etiky

V zahraničí se mohou vysokým počtem certifikovaných hotelů pyšnit země jako Itálie (159 hotelů), Francie (92 hotelů), Španělsko (55 hotelů) nebo Rakousko (36 hotelů) (European Commission, 2019).

4.6 Přínosy green managementu

Ke zpracování bylo vybráno několik zahraničních empirických studií, které se zabývají přínosy zavádění prvků green managementu do podniku. Autoři výzkumů tyto přínosy rozdělují do několika skupin podle charakteru. Jednou z uvedených možností kategorizace je například rozdělení na ekonomické, environmentální a sociální přínosy (Sebhatu a Enquist, 2007).

Převážná část těchto studií se věnuje analýze vlivů pouze jednoho určitého nástroje, nejčastěji jím bývá norma ISO 14001. Vnímání míry přínosnosti normy ISO 14001 je mezi podniky ve výzkumu (Melnik a kol., 2002) odlišné. Zatímco na jedné straně její zastánci tvrdí, že tento standard přináší podniku přínosy v řídicích, provozních a environmentálních oblastech, na druhé straně oponenti normy jsou toho názoru, že ISO 14001 nezaručuje shodu s legislativou a stejně tak ani neustálé zlepšování. Dochází tedy ke sporu, zda se jedná pouze o označení bez skutečných přínosů podnikům nebo naopak zdali může pomoci podnikům s nízkou environmentální výkonností. Přestože se může jednat o oba případy, samotná certifikace podnikům automaticky žádný pozitivní vliv nepřináší (Rondinelli a Vastag, 2000). Míra skutečných dopadů závisí na samotné organizaci, zájmu jejich zaměstnanců o green management a mnoha dalších faktorech.

Práce v následujících odstavcích shrne jednotlivé přínosy při zavedení prvků green managementu do chodu podniku do několika kategorií.

- Ekonomické přínosy (snižování nákladů a zvyšování výnosů)
- Zlepšení image podniku
- Soulad s legislativou
- Environmentální přínosy
- Zlepšení kontroly a řízení podniku
- Zvýšení uvědomění zaměstnanců

4.6.1 Ekonomické přínosy

V minulosti se názor na implementaci prvků green managementu do chodu podniku velmi lišil. Investování do takových prvků bylo vnímáno jako ztrátové a zároveň s tím se i podobné environmentální aktivity jevíly nákladné (Madu, 2005).

Naopak je tomu v současné době, kdy se postoj vůči zavádění takových prvků změnil a pohlíží se na environmentální programy jako na oboustranně výhodné a přínosné pro životní prostředí a stejně tak i pro podniky samotné (Melnik a kol., 2002).

Dosažení ekonomických přínosů lze docílit následujícími způsoby:

- **Snižování nákladů**

Ke snížení nákladů existuje podle zahraničních výzkumů několik prostředků. Mezi ně patří v první řadě úspora energie, vody a dalších nákladů plynoucích z pozastavení nevyhovujících výrobních procesů (Sebhatu a Enquist, 2007). Dále je uváděna i úspora materiálu (Korul a Durmaz, 2005), redukce odpadů (Rondinelli a Vastag, 2000), recyklace odpadů (Madu, 2005) a v neposlední řadě i úspory za pokuty při poškozování životního prostředí (Delmas, 2001).

- **Zvyšování výnosů**

Docílení ekonomického přínosu lze dosáhnout i dalším způsobem, a to zvyšováním výnosů podniku. Existuje proto několik možností. Jednou z nich může být například

usilování o spokojenost stávajících zákazníků a zároveň tak i zvyšování jejich věrnosti (Lucas a Wilson, 2008). Z výzkumů lze vypožorovat, že získání nového zákazníka, je pro firmu v průměru šestkrát dražší než udržení zákazníka stávajícího (Rypáček, 2003). Částečně lze tedy hovořit i o snížení nákladů v oblasti marketingu. Další možnou cestou je oslovení nových zákazníků, v jejichž zájmu je právě nakupování ekologicky šetrných výrobků nebo služeb, které jsou podnikem nabízeny. Takové výrobky a služby mohou zároveň pomoci i při navazování nových obchodních partnerství.

Velká část studií poukazuje na skutečnost, že zavedení prvků green managementu společně s ekonomickými přínosy přináší i výhodu v konkurenčním prostředí.

4.6.2 Zlepšení image podniku

V současnosti si podniky uvědomují význam budování pozitivní image. Posílení image může mít vliv nejen na spotřebitele, ale i na případné navazování nových obchodních vztahů s odběrateli. Z toho důvodu se podniky uchylují k zavádění prvků green managementu.

Implementace ekologicky šetrných opatření a standardů pomáhá budovat reputaci podniku jako environmentálně uvědomělého. Dle výzkumů dále dochází i účinnějšímu marketingu, což v konečné fázi napomáhá i k již výše zmíněným ekonomickým přínosům podniku (Miles a Covin, 2000).

Několik autorů ve svých výzkumech dále poukazuje na efektivitu standardu ISO 14001, který v mnoha případech pozitivně ovlivňuje image podniku. Jako jeden z hlavních důvodů pozitivních vlivů může být skutečnost, že se jedná o označení známé široké veřejnosti. Zároveň je uvedená norma často podmiňována odběrateli k navázání obchodních vztahů (Melnik a kol., 2002; Rondinelli a Vastag, 2000).

V konečném důsledku závisí na mnoha aspektech, které je nutno zvážit při zavádění prvků green managementu ke zlepšení image. Je důležité brát v potaz informovanost a zájem spotřebitelů o ekologicky šetrné výrobky a služby. Dalším příkladem může být implementace nástroje, který v konkurenčním boji působí výjimečně a přináší tak

podniku výhodu. Naopak zavedení takového opatření, které je v oboru samozřejmostí, nemusí poskytnout významný přínos podniku v této oblasti.

4.6.3 Soulad s legislativou

Podle teoretických zdrojů, a i několika uskutečněných výzkumů patří mezi další přínosy implementace prvků green managementu shoda s legislativou.

Vlivem zavedení environmentálního systému řízení dochází ke zlepšení dodržování legislativních požadavků (Veber a kol, 2006). Někteří autoři dále uvádějí, že při implementaci environmentálních opatření jsou podniky následně více připravené na případné legislativní změny (Smolík a Polách, 2007).

Výzkumné studie potvrzují pozitivní vliv zavádění ekologicky šetrných prvků do chodu podniku k docílení souladu s legislativou (Morrow a Rondinelli, 2002).

K získání některých certifikací je pro všechny aktivity podniku naprosto nezbytné dodržovat legislativní požadavky a v konečném výsledku tak dosáhnout souladu s platnou legislativou (Štěpánková, 2011).

4.6.4 Environmentální přínosy

Při implementaci systémů environmentálního řízení do chodu podniku řada výzkumů pozoruje jejich pozitivní vliv na environmentální výkonnost podniku.

V minulosti bylo možné takový přínos pozorovat na příkladu několika zahraničních společností, které zavedly opětovné užívání produktu s již ukončenou životností. Přes 60 % výrobků se podniku navrátilo a ve výsledku tak významně zredukovalo počet produktů, které by v opačném případě skončily jako odpad (Madu, 2005).

Pokud jsou prvky green managementu správně zavedeny do provozu a chodu podniku, lze pozorovat zlepšování environmentální výkonnosti, a v konečné fázi tedy i dosažení přínosů. V opačném případě, kdy je systém environmentálního řízení implementován jen povrchem a není řádně integrován do chodu společnosti, bude rozsah vlivu na dosažení reálných přínosů mnohem menší (Gibson, 2005). Výzkum i

dále poukazuje na fakt, že čím propracovanější EMS je ve společnosti zaveden, tím více se environmentální výkonnost zvyšuje (Strasser, 2008).

4.6.5 Zlepšení kontroly a řízení podniku

Z výzkumu *Using Environmental Management Systems to Improve Firms' Competitiveness* bylo vypořádáno, že zavádění prvků green managementu napomáhá podniku ke správnému monitorování svých aktivit a tím pádem i jejich zlepšení v oblasti kontroly a řízení. Patří mezi přední oblasti při implementaci EMS a ovlivňuje i samotnou konkurenceschopnost podniku (Giménez a kol., 2003).

Přijetí náležitých standardů podnikem zároveň může sloužit i jako potvrzení pro všechny zainteresované strany, že je vedení společnosti pod kontrolou a vyhovuje tak požadavkům v rámci své činnosti (Štěpánková, 2011).

4.6.6 Zvýšení uvědomění zaměstnanců

Některé výzkumy dále sledují vliv implementace EMS na chování zaměstnanců. Podnik má možnost předávat své organizační hodnoty zaměstnancům. Takovou hodnotou může být právě i jejich environmentální uvědomění. Bylo prokázáno, že organizační hodnoty mohou ovlivňovat chování zaměstnanců i mimo pracovní prostředí a mít tak dopad na jejich chování v každodenním životě (Cambra-Fierro a kol., 2008).

Na základě další studie, která zkoumala zavedení normy ISO 14001 do chodu podniku, bylo zjištěno, že další možnou výhodou je vykonávání externích auditů třetí stranou. Taková skutečnost nutí zaměstnance věnovat více pozornosti svým činnostem, protože vědí, že případné nedostatky mohou být zvenčí podniku odhaleny. Management společnosti proto vnímá externí audity jako účinnější v porovnání s interními (Rondinelli a Vastag, 2000).

5. Praktická část

5.1 Použitá metoda výzkumu

K realizaci praktické části byla zvolena metoda dotazníkového šetření, tedy kvantitativní metoda sběru informací. Dotazníkové šetření proběhlo v průběhu měsíce června tohoto roku přes portál www.surveo.com. Výzkumné otázky byly postupně precizovány na základě konzultací s potenciálními respondenty a v souladu s výzkumnými otázkami práce. Celkem je dotazník tvořen 20 otázkami a obsahuje otázky uzavřené, polootevřené a otevřené. Plné znění dotazníku je uvedeno v příloze č. 1.

5.2 Dotazníkové šetření

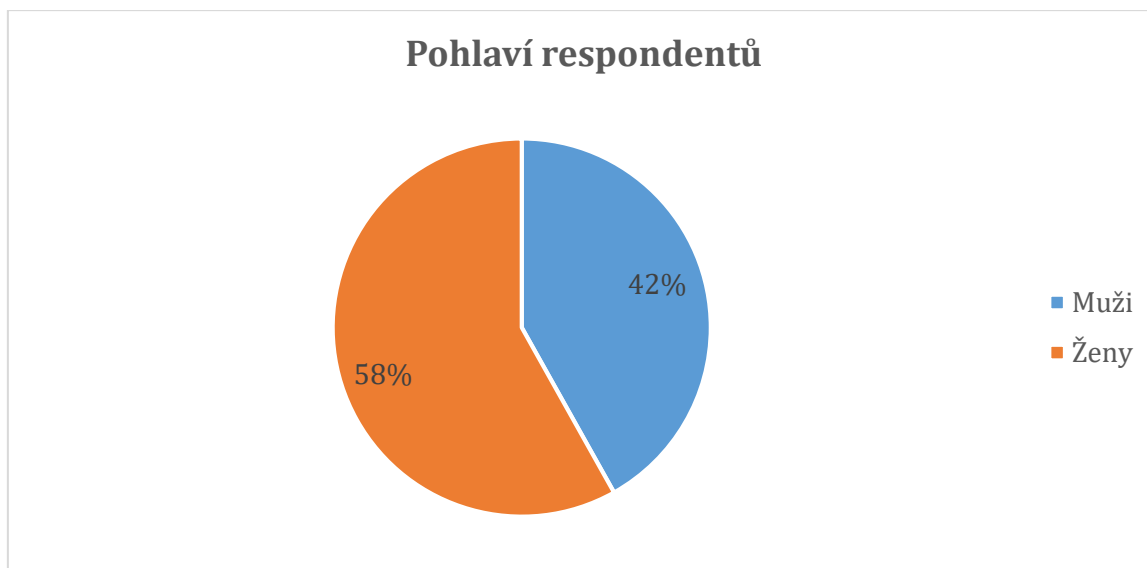
Celkový počet vyplněných dotazníků čítal 121. Z uvedeného počtu byly 4 ze šetření vyřazeny pro nesprávné nebo nevhodné vyplnění. Do výzkumu tak bylo zahrnuto 117 vyplněných dotazníků. Průměrná doba vyplnění dotazníku byla 5-10 minut.

Výsledky dotazníkového šetření jsou pro přehlednost řešeny formou tabulek a grafů. Ke zjednodušení zpracování otevřených otázek jsou na základě odpovědí vytvořeny kategorie, ke kterým se jednotlivé odpovědi přiřazují. Část otevřených otázek v šetření doplňuje otázky uzavřené a ověřuje tak pravdivost odpovědí respondentů.

5.2.1 Zkoumaný soubor

Dotazníkové šetření bylo provedeno na zkoumaném souboru celkem 117 respondentů. Dotazováno bylo 49 mužů a 68 žen (viz Tab. 2 a Graf 1). Složení reprezentativního souboru dle jednotlivých identifikačních znaků (pohlaví, věk, vzdělání a pracovní status) je vypracováno v následujících tabulkách a grafech.

pohlaví	počet responzí	podíl v %
muži	49	41,9
ženy	68	58,1

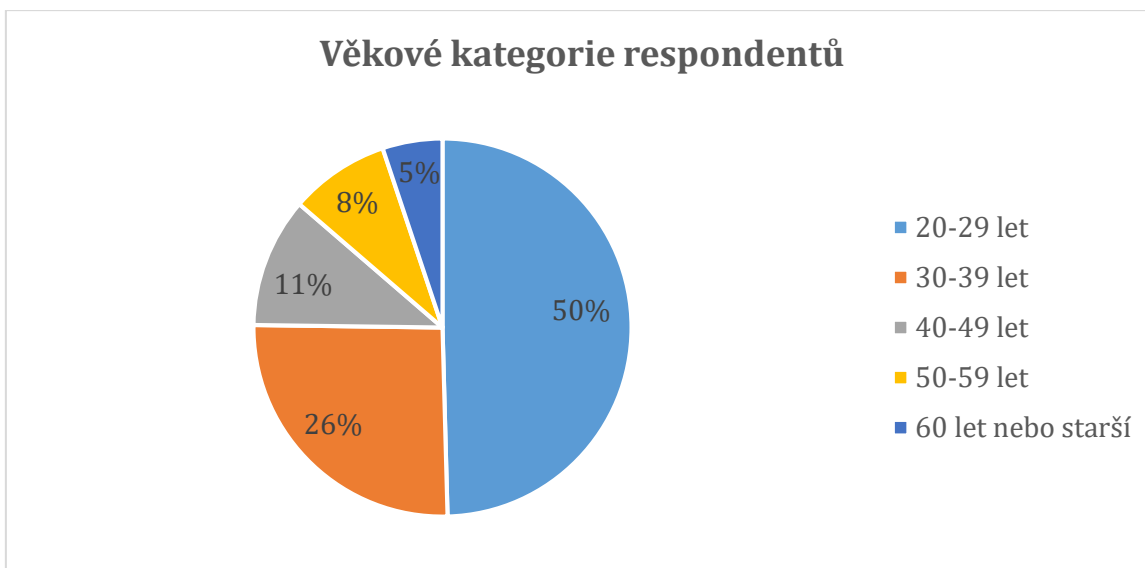


Graf 1: Složení zkoumaného souboru podle pohlaví respondentů

Téměř polovina respondentů spadá do věkové kategorie 20-29 let s podílem 49,6 %. Druhou nejpočetnější skupinou respondentů je věková kategorie 30-39 let s více než 25 %. Více než 11 % dotazovaných se řadí do věkové skupiny 40-49 let. 8,5 % respondentů patří do věkové skupiny 50-59 let a nejméně početnou skupinou je věková kategorie 60 let nebo starší s 5,1 % (viz Tab. 3 a Graf 2).

Tabulka 3: Složení zkoumaného souboru podle věkové kategorie

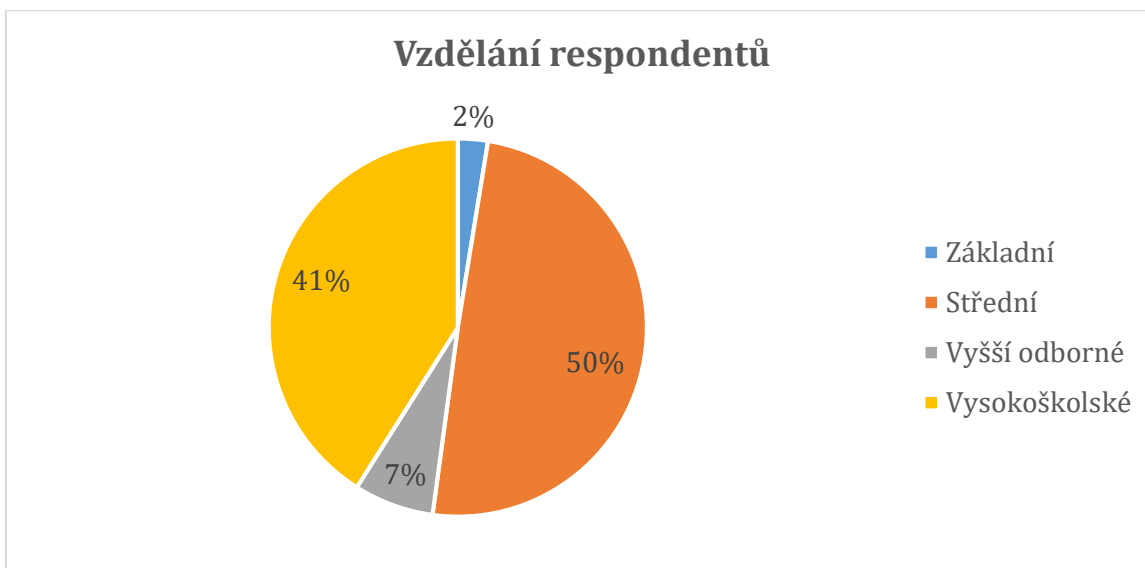
věková kategorie	počet responzí	podíl v %
20-29 let	58	49,6
30-39 let	30	25,6
40-49 let	13	11,1
50-59 let	10	8,5
60 let nebo starší	6	5,1



Graf 2: Složení zkoumaného souboru podle věkové kategorie respondentů

Necelá polovina dotazovaných, přesněji 49,6 %, má střední vzdělání. Druhou nejpočetnější skupinou se 41 % jsou respondenti s vysokoškolským vzděláním. Nejmenší zastoupení má vyšší odborné vzdělání se 6,8 % respondentů a základní vzdělání se 2,6 % respondentů (viz Tab. 4 a Graf 3).

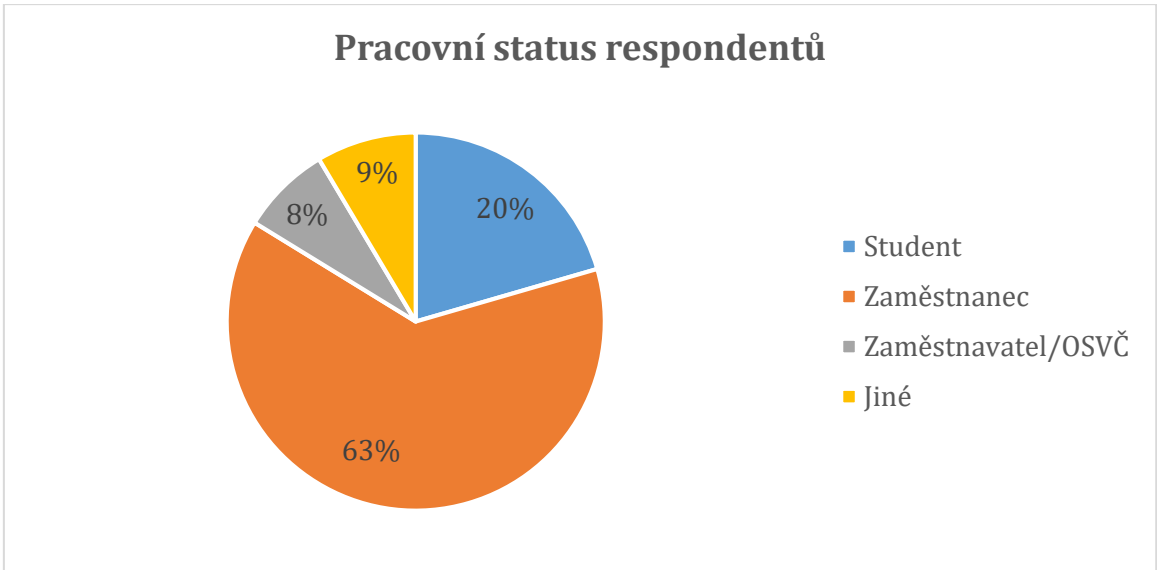
Tabulka 4: Složení zkoumaného souboru podle vzdělání respondentů		
vzdělání	počet responzí	podíl v %
základní	3	2,6
střední	58	49,6
vyšší odborné	8	6,8
vysokoškolské	48	41,0



Graf 3: Složení zkoumaného souboru podle vzdělání

Více než 63 % respondentů jsou zaměstnanci. Studenti zastupují 20,5 % dotazovaných a 7,7 % respondentů jsou zaměstnavateli nebo OSVČ. Při dotazu na pracovní status odpovědělo 10 respondentů možností „Jiné...“. Šest dotazovaných tak na otázku odpovědělo, že jsou v důchodu. Zbylí čtyři respondenti jsou pracujícími studenty (viz Tab. 5 a Graf 4).

Tabulka 5: Složení zkoumaného souboru podle pracovního statusu respondentů		
pracovní status	počet responzí	podíl v %
student	24	20,5
zaměstnanec	74	63,3
zaměstnavatel/OSVČ	9	7,7
jiné	10	8,5



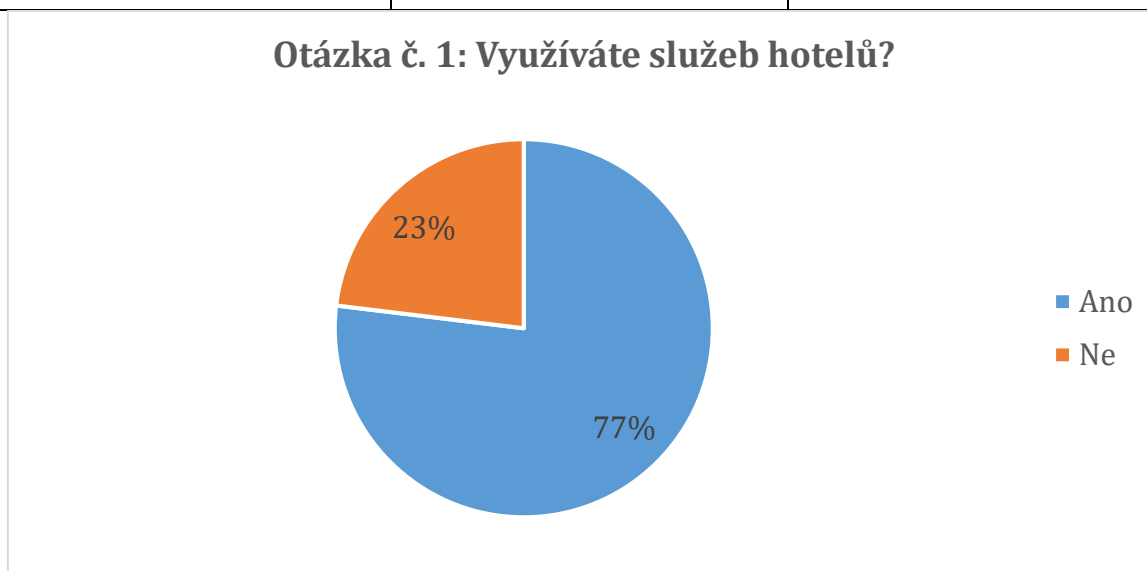
Graf 4: Složení zkoumaného souboru podle pracovního statusu respondentů

5.2.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Otázka č. 1: Využíváte služeb hotelů?

Na první otázku odpověděla většina respondentů, že služby hotelu využívá. Jedná se o 76,9 % respondentů. Oproti tomu 23,1 % dotazovaných hotelové služby nevyužívá (viz Tab. 6 a Graf 5).

Tabulka 6: Otázka č. 1 - Využíváte služeb hotelů?		
	počet responzí	podíl v %
Ano	90	76,9
Ne	27	23,1



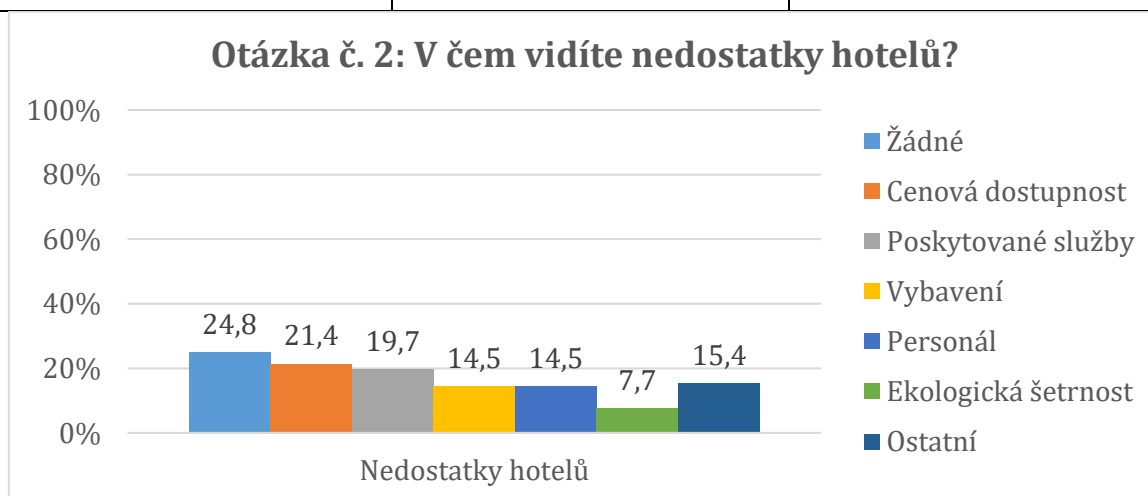
Graf 5: Otázka č. 1 - Využíváte služeb hotelů?

Otázka č. 2: V čem vidíte nedostatky hotelů?

Protože se jedná o otevřenou otázku a každý respondent se mohl blíže vyjádřit, byly odpovědi rozděleny do několika kategorií. Odpovědi dotazovaných vzhledem ke své rozsáhlosti byly často rozřazeny do více než jedné kategorie. Téměř čtvrtina respondentů uvedla, že nedostatky nevidí. Nejčastějším nedostatkem dle dotazovaných je cenová dostupnost, v šetření tento nedostatek uvedlo 21,4 % respondentů. 19,7 % dotazovaných vidí nedostatky v poskytovaných službách. Stejný počet respondentů, téměř 15 %, zmínilo nedostatky v oblasti vybavení a personálu. Poslední respondenty zmiňovaný nedostatek se 7,7 % je ekologická šetrnost hotelu. Více než 15 % dotazovaných uvádí i jiné nedostatky, které jsou zahrnuty v kategorii „Ostatní“ (viz Tab. 7 a Graf 6). Mezi ty patří neosobní přístup, nedostatek soukromí a s tím i spojená preference menších ubytovacích zařízení, vysoká koncentrace turistů v jednom místě a dále například i přístup hotelů k osobním údajům.

Tabulka 7: Otázka č. 2 - V čem vidíte nedostatky hotelů?

	počet responzí	podíl v %
Žádné nedostatky	29	24,8
Cenová dostupnost	25	21,4
Poskytované služby	23	19,7
Vybavení	17	14,5
Personál	17	14,5
Ekologická šetrnost	9	7,7
Ostatní	18	15,4

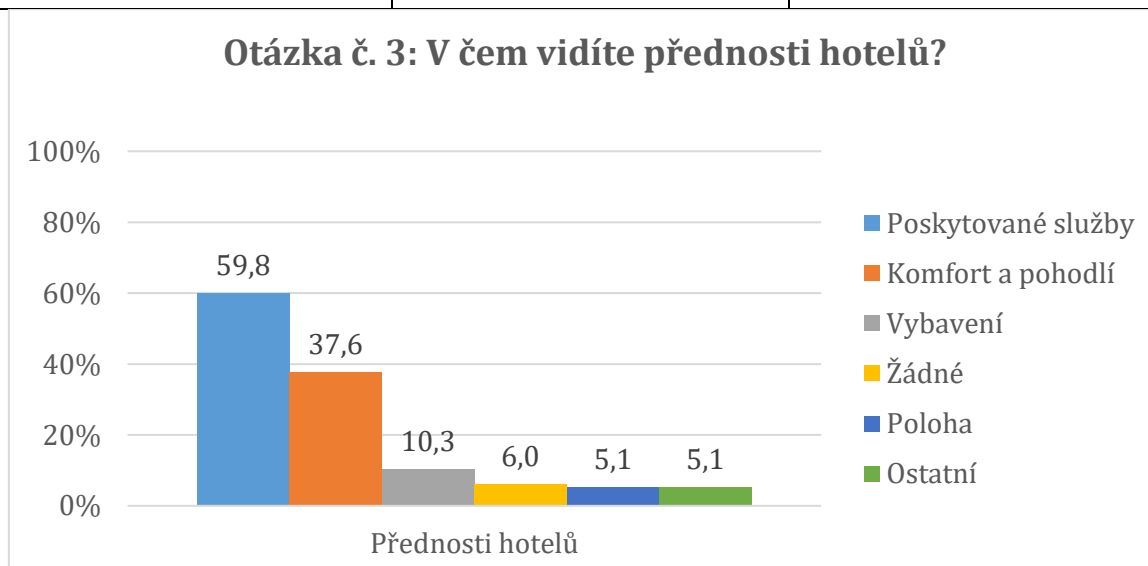


Graf 6: Otázka č. 2 - V čem vidíte nedostatky hotelů?

Otázka č. 3: V čem vidíte přednosti hotelů?

Podobně jako v předchozí otázce jsou odpovědi respondentů rozděleny do několika kategorií. Největší procento dotazovaných, téměř 60 %, vidí přednost hotelů v nabízených službách. 37,6 % respondentů dále uvedlo, že mezi přednosti hotelů patří komfort a pohodlí. 10,3 % dotazovaných zmiňuje mezi přednostmi hotelové vybavení a poslední zmiňovanou předností s 5,1 % je uváděna poloha hotelů. 6 % respondentů naopak žádné přednosti nevidí (viz Tab. 8 a Graf 7). Důvodem nejčastěji bývá fakt, že dotazovaní služby hotelů nevyužívají. Mezi přednosti zařazené v kategorii „Ostatní“ patří například možnost socializace, bezpečnost, vstřícnost personálu a v neposlední řadě i výběr z hotelových kategorií.

	počet responzí	podíl v %
Poskytované služby	70	59,8
Komfort a pohodlí	44	37,6
Vybavení	12	10,3
Žádné přednosti	7	6,0
Poloha	6	5,1
Ostatní	6	5,1

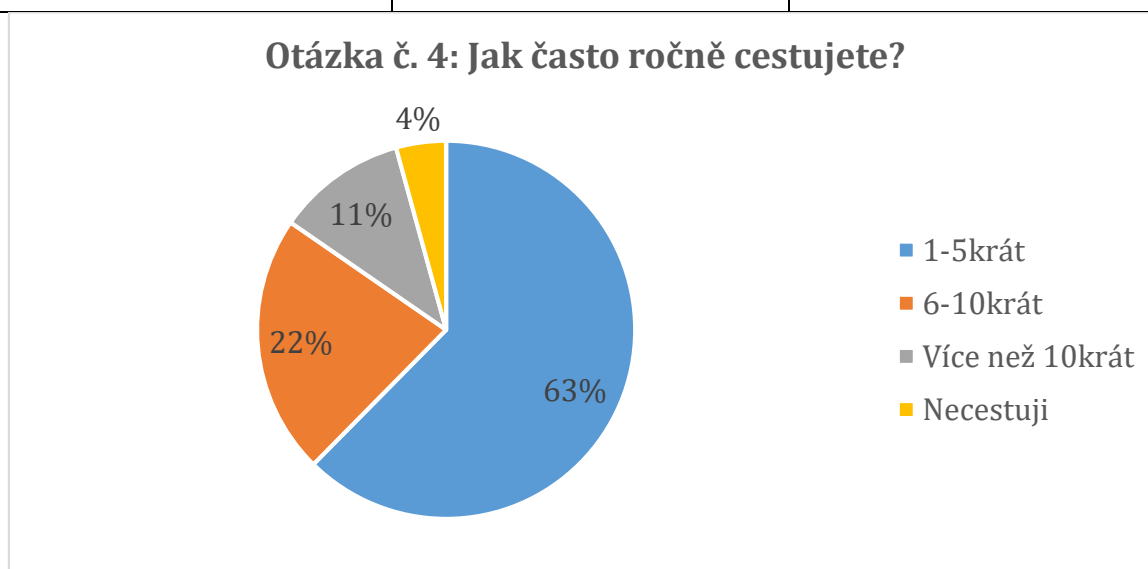


Graf 7: Otázka č. 3 - V čem vidíte přednosti hotelů?

Otázka č. 4: Jak často ročně cestujete?

Převážná část respondentů za rok cestuje 1-5krát, jedná se přesně o 62,4 % odpovědí. Druhou nejpočetnější skupinou s podílem 22,2 % jsou respondenti, kteří ročně cestují 6-10krát. 11,1 % odpovědělo, že za rok cestuje více než desetkrát a pouze 4,3 % dotazovaných vůbec necestuje (viz Tab. 9 a Graf 8).

	počet responzí	podíl v %
1-5krát	73	62,4
6-10krát	26	22,2
Více než 10krát	13	11,1
Necestuji	5	4,3

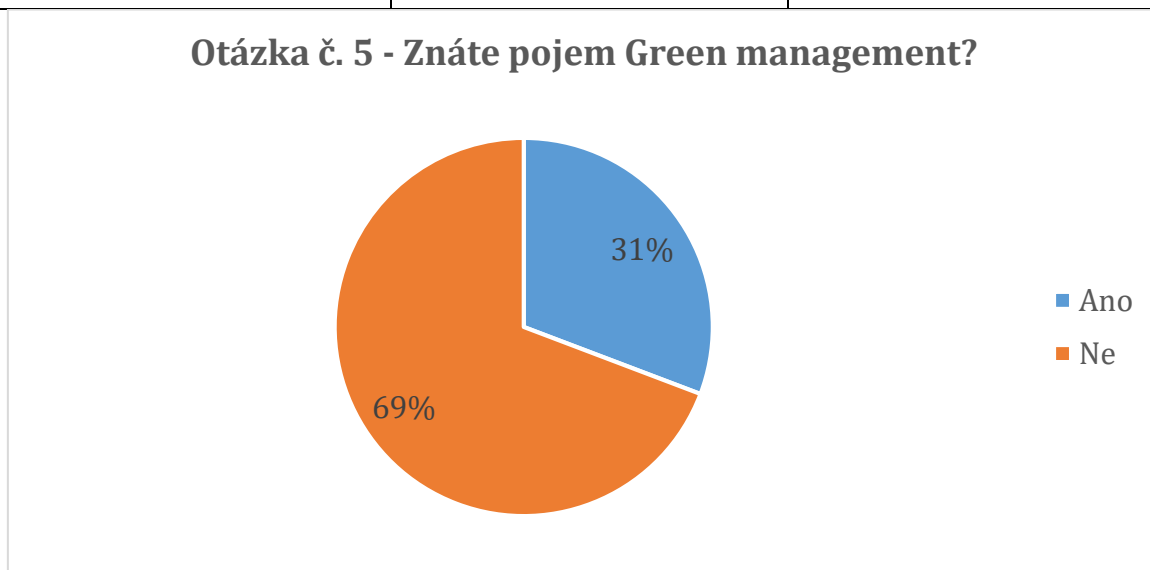


Graf 8: Otázka č. 4 - Jak často ročně cestujete?

Otázka č. 5: Znáte pojem Green management?

Více než třetina, přesněji 30,8 % respondentů uvedlo, že jim je pojem známý. 69,2 % dotazovaných pojem green management nezná (viz Tab. 10 a Graf 9).

Tabulka 10: Otázka č. 5 - Znáte pojem Green management?		
	počet responzí	podíl v %
Ano	36	30,8
Ne	81	69,2



Graf 9: Otázka č. 5 - Znáte pojem Green management?

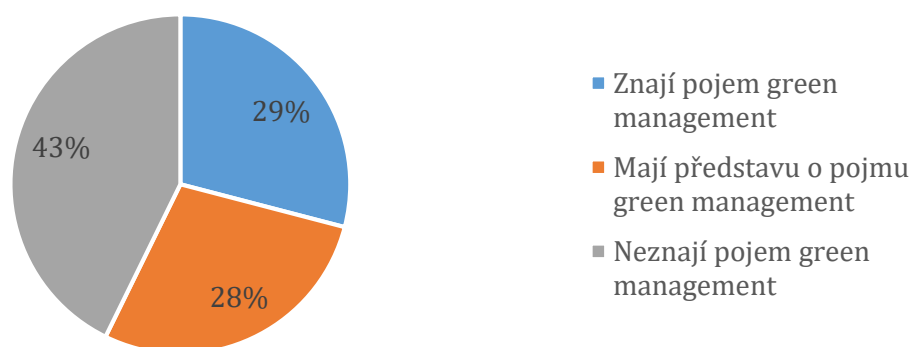
Otázka č. 6: Co si představujete pod pojmem Green management?

Odpovědi na otázku byly rozřazeny do tří kategorií a sloužily především k ověření pravdivosti odpovědí na otázku č. 5. Dle odpovědí lze vyvodit, že téměř třetina respondentů pojem green management zná a 28,2 % dotazovaných má představu o daném pojmu. 42,7 % respondentů tento pojem vůbec nezná (viz Tab. 11 a Graf 10).

Tabulka 11: Otázka č. 6 - Co si představujete pod pojmem Green management?

	počet responzí	podíl v %
Respondenti pojem green management znají	34	29,1
Respondenti mají představu o pojmu green management	33	28,2
Respondenti pojem green management neznají	50	42,7

Otázka č. 6: Co si představujete pod pojmem Green management?



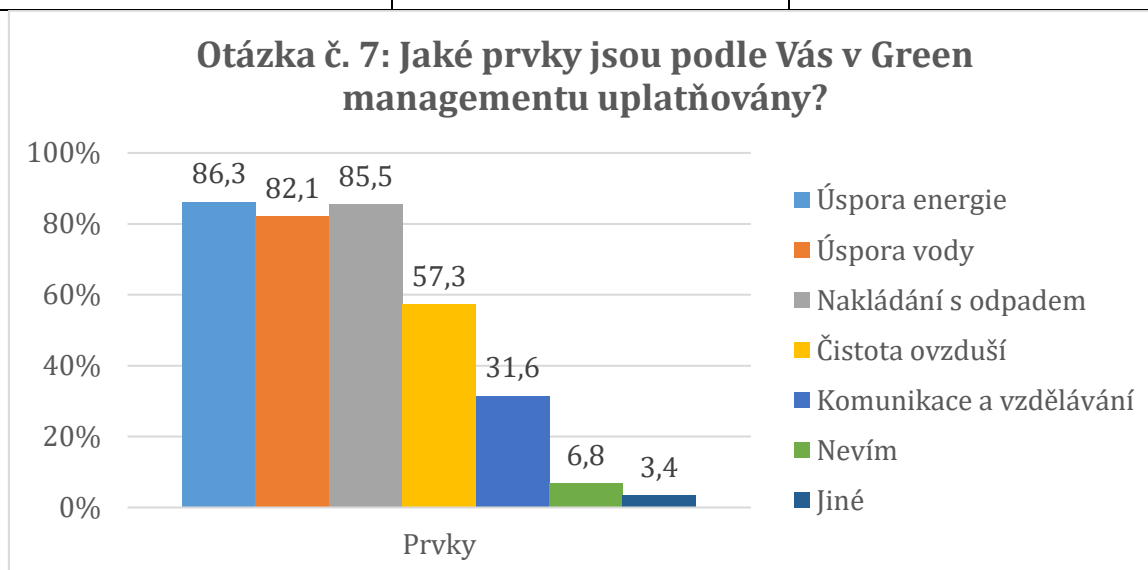
Graf 10: Otázka č. 6 - Co si představujete pod pojmem Green management?

Otázka č. 7: Jaké prvky jsou podle Vás v Green managementu uplatňovány?

Respondenti měli možnost vybrat více odpovědí. Nejčastěji volenými prvky byla úspora energie s 86,3 %, nakládání s odpadem s 85,5 % a úspora vody s 82,1 %. Čistotu ovzduší zvolilo 57,3 % respondentů a 31,6 % dotazovaných zahrnulo prvek komunikace a vzdělávání. Pouze 6,8 % respondentů nevědělo, které prvky do green managementu zařadit. 3,4 % dotazovaných zvolilo možnost „Jiné...“ a mohli tak vyjádřit, které další prvky se podle jejich názoru v green managementu uplatňují (viz Tab. 12 a Graf 11). Mezi odpovědi tak zařadili šetření detergenty, neplýtvání jídla, trvalá udržitelnost a využívání recyklovatelných obalů (namísto jednorázových).

Tabulka 12: Otázka č. 7 - Jaké prvky jsou podle Vás v Green managementu uplatňovány?

	počet responzí	podíl v %
Úspora energie	101	86,3
Úspora vody	96	82,1
Nakládání s odpadem	100	85,5
Čistota ovzduší	67	57,3
Komunikace a vzdělávání	37	31,6
Nevím	8	6,8
Jiné...	4	3,4



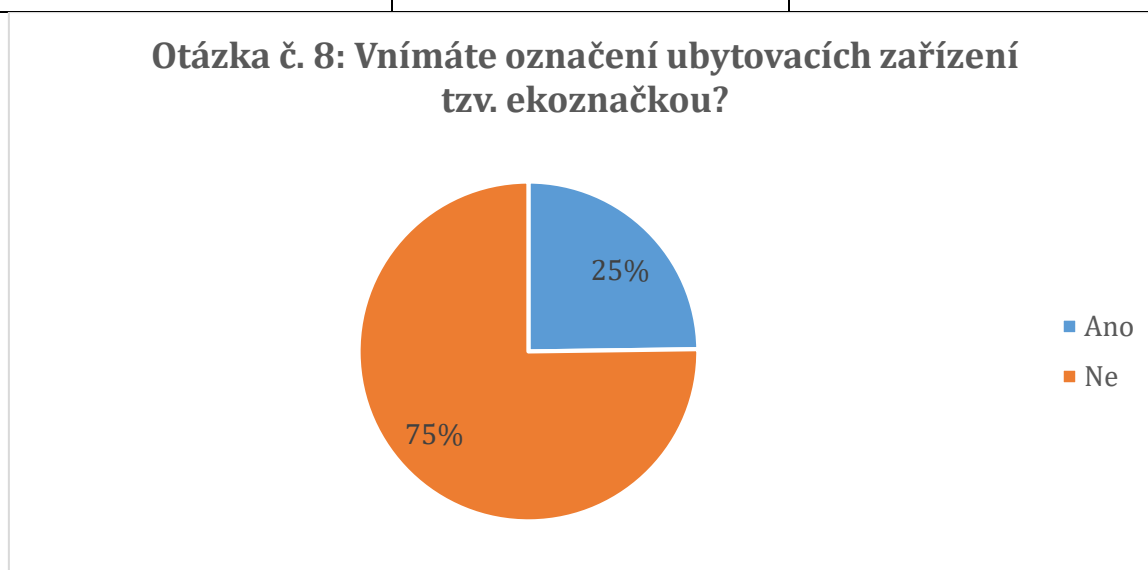
Graf 11: Otázka č. 7 - Jaké prvky jsou podle Vás v Green managementu uplatňovány?

Otázka č. 8: Vnímáte označení ubytovacích zařízení tzv. ekoznačkou?

Téměř čtvrtina respondentů si ekoznačení ubytovacích zařízení všímá, v procentuálním vyjádření se jedná o 24,8 % dotazovaných. Většinová část respondentů, tedy 75,2 %, takové označení vůbec nevnímá (viz Tab. 13 a Graf 12).

Tabulka 13: Otázka č. 8 - Vnímáte označení ubytovacích zařízení tzv. ekoznačkou?

	počet responzí	podíl v %
Ano	29	24,8
Ne	88	75,2



Graf 12: Otázka č. 8 - Vnímáte označení ubytovacích zařízení tzv. ekoznačkou?

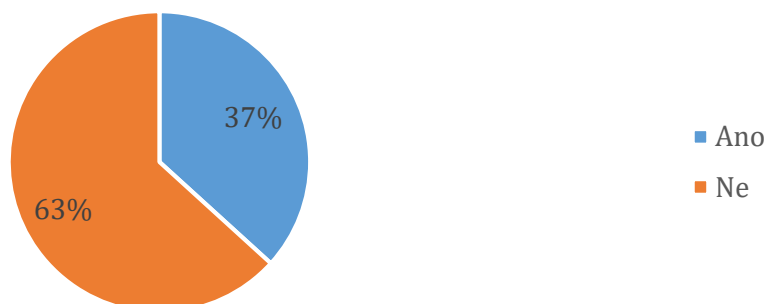
Otázka č. 9: Je pro Vás rozhodujícím faktorem při volbě ubytování snaha ubytovacího zařízení snížit své dopady na životní prostředí?

36,8 % dotazovaných uvedlo, že je pro ně rozhodující, aby zvolené ubytovací zařízení negativní dopady na životní prostředí minimalizovalo. Naopak většinová část respondentů, tedy 63,2 %, vůbec tento faktor při výběru ubytování nezohledňuje (viz Tab. 14 a Graf 13).

Tabulka 14: Otázka č. 9 - Je pro Vás rozhodujícím faktorem při volbě ubytování snaha ubytovacího zařízení snížit své dopady na životní prostředí?

	počet responzí	podíl v %
Ano	43	36,8
Ne	74	63,2

Otázka č. 9: Je pro Vás rozhodujícím faktorem při volbě ubytování snaha ubytovacího zařízení snížit své dopady na životní prostředí?

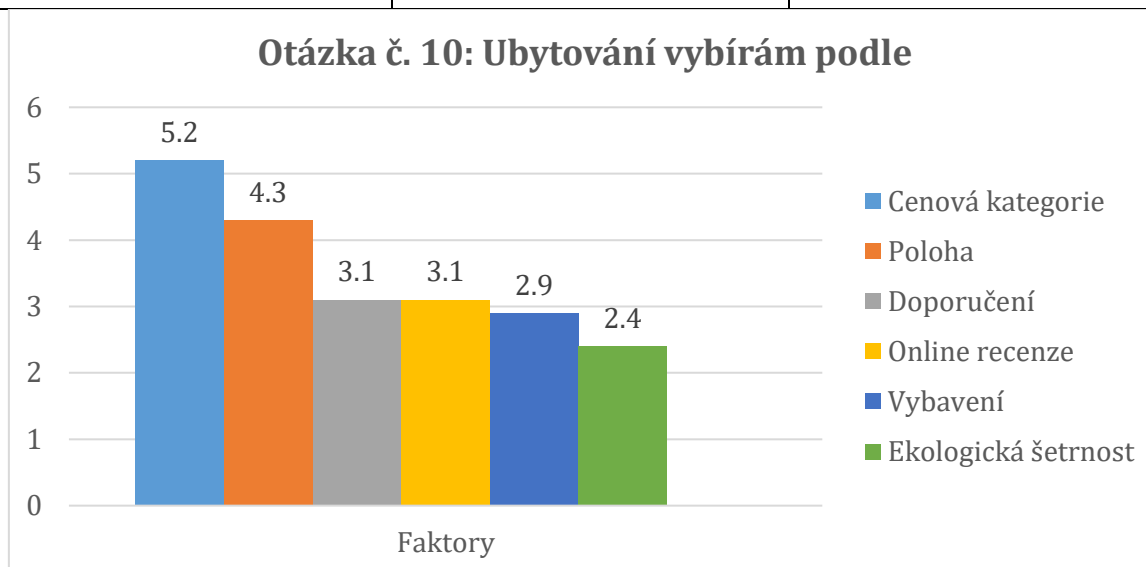


Graf 13: Otázka č. 9 - Je pro Vás rozhodujícím faktorem při volbě ubytování snaha ubytovacího zařízení snížit své dopady na životní prostředí?

Otázka č. 10: Ubytování vybírám podle

Respondenti v této otázce přiřazovali důležitost jednotlivých faktorů při výběru ubytování. Čím vyšší číslo, tím je faktor důležitější. Pořadí priorit při výběru ubytovacího zařízení je následující: cenová kategorie, poloha, doporučení (od známých, ...), online recenze, vybavení a až na posledním místě je ekologická šetrnost (viz Tab. 15 a Graf 14).

pořadí	faktor	důležitost
1.	cenová kategorie	5,2
2.	poloha	4,3
3.	doporučení	3,1
4.	online recenze	3,1
5.	vybavení	2,9
6.	ekologická šetrnost	2,4



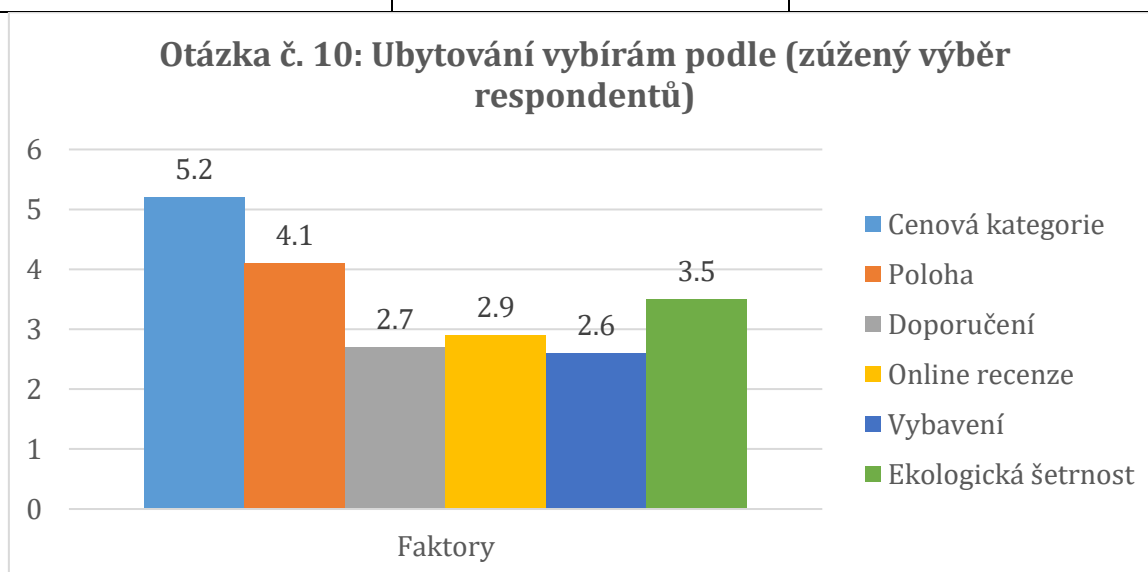
Graf 14: Otázka č. 10 - Ubytování vybírám podle

Pro lepší přehled a výzkumné šetření je vytvořena tabulka a graf po zúžení zkoumaného souboru respondentů pouze na ty, kteří podle otázky č. 9 zvažují ekologickou šetrnost jako jedním z hlavních faktorů při výběru ubytovacího zařízení (viz Tab. 16 a Graf 15).

Takto zúžený výběr respondentů zvažuje ekologickou šetrnost jako 3. nejdůležitější faktor při výběru ubytování. Důležitější už je pro dotazované pouze cenová kategorie a poloha ubytovacího zařízení. Mezi méně významné faktory při výběru ubytování těchto respondentů patří online recenze, doporučení a vybavení.

Tabulka 16: Otázka č. 10 - Ubytování vybírám podle (zúžený výběr respondentů)

pořadí	faktor	důležitost
1.	cenová kategorie	5,2
2.	poloha	4,1
3.	ekologická šetrnost	3,5
4.	online recenze	2,9
5.	doporučení	2,7
6.	vybavení	2,6



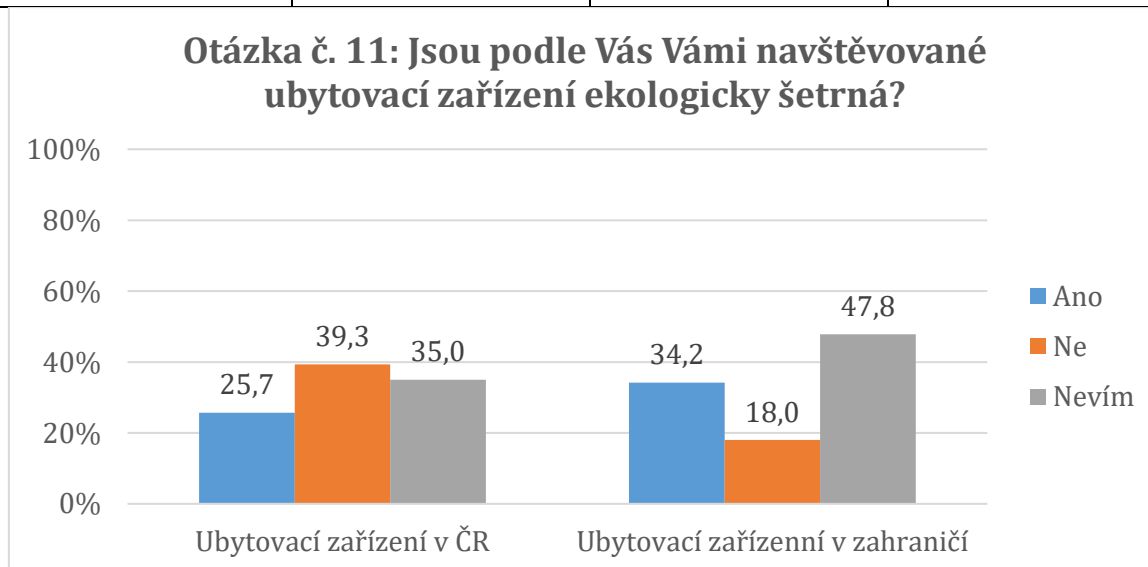
Graf 15: Otázka č. 10 - Ubytování vybírám podle (zúžený výběr respondentů)

Otázka č. 11: Jsou podle Vás Vámi navštěvované ubytovací zařízení ekologicky šetrná?

Podle 25,7 % respondentů jsou ubytovací zařízení v České republice ekologicky šetrná. Většinová část, téměř 40 %, si naopak myslí, že tomu tak není. 35 % z dotazovaných neví, zda jimi navštívené ubytovací zařízení v ČR jsou ekologicky šetrná. V zahraničí se respondentům zdá situace lepší, téměř 35 % dotazovaných věří, že ekologická šetrnost při ubytování v zahraničí funguje a pouze 18 % si myslí opak. Nicméně, téměř polovina dotazovaných vybralo možnost „Nevím“ (viz Tab. 17 a Graf 16).

Tabulka 17: Otázka č. 11: Jsou podle Vás Vámi navštěvované ubytovací zařízení ekologicky šetrná?

		počet responzí	podíl v %
ubytovací zařízení v ČR	Ano	30	25,7
	Ne	46	39,3
	Nevím	41	35,0
ubytovací zařízení v zahraničí	Ano	40	34,2
	Ne	21	18,0
	Nevím	56	47,8



Graf 16: Otázka č. 11 - Jsou podle Vás Vámi navštěvované ubytovací zařízení ekologicky šetrná?

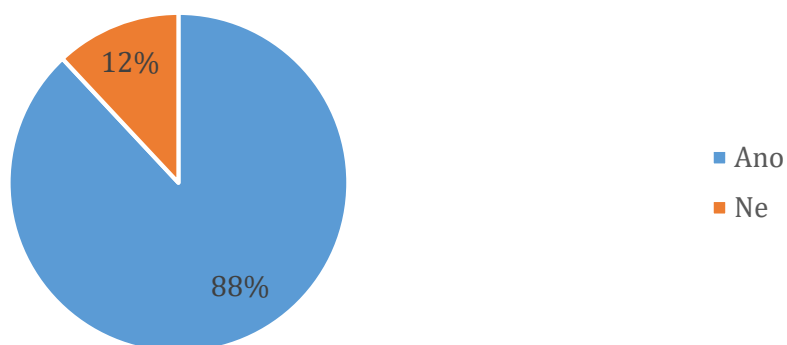
Otázka č. 12: Zajímají Vás problémy spojené se znečišťováním životního prostředí?

Celých 88 % dotazovaných se zajímá o problémy negativních dopadů na životní prostředí. Opakem je 12 % respondentům, kteří se o uvedené problémy nezajímají (viz Tab. 18 a Graf 17).

Tabulka 18: Otázka č. 12 – Zajímají Vás problémy spojené se znečišťováním životního prostředí?

	počet responzí	podíl v %
Ano	103	88,0
Ne	14	12,0

Otázka č. 12: Zajímají Vás problémy spojené se znečišťováním životního prostředí?

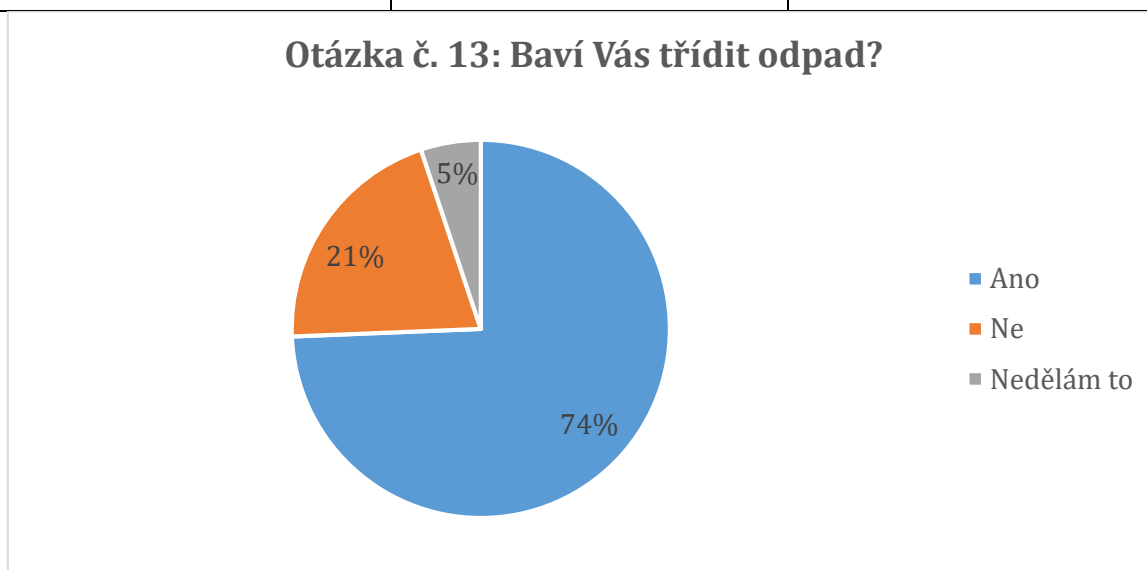


Graf 17: Otázka č. 12 – Zajímají Vás problémy spojené se znečišťováním životního prostředí?

Otázka č. 13: Baví Vás třídít odpad?

Většina respondentů, téměř 95 %, odpad třídí. 74,4 % uvedlo, že je třídění odpadů baví, oproti tomu 20,5 % dotazovaných třídění odpadu nebaví. Pouze 5,1 % respondentů odpad vůbec netřídí (viz Tab. 19 a Graf 18).

Tabulka 19: Otázka č. 13 – Baví Vás třídít odpad?		
	počet responzí	podíl v %
Ano	87	74,4
Ne	24	20,5
Nedělám to	6	5,1



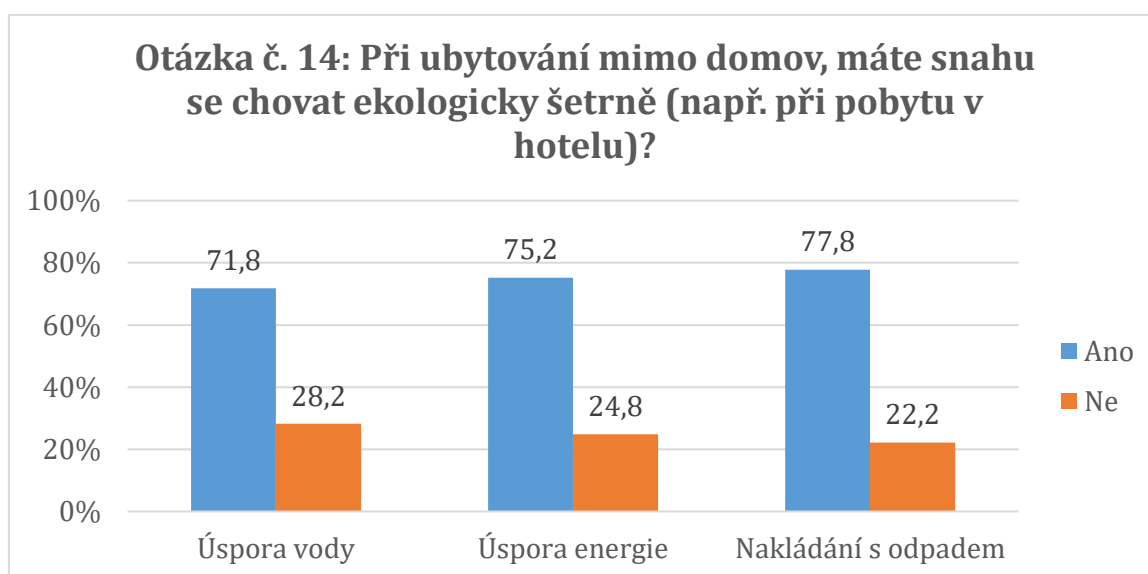
Graf 18: Otázka č. 13 – Baví Vás třídít odpad?

Otázka č. 14: Při ubytování mimo domov, máte snahu se chovat ekologicky šetrně (např. při pobytu v hotelu)?

Otázka byla rozdělena podle ekologicky šetrných faktorů: úspora vody, úspora energie a nakládání s odpadem. Více než 70 % dotazovaných se snaží šetřit vodu při ubytování mimo domov, oproti tomu téměř třetina respondentů vodou nešetří. energii se snaží šetřit více než 75 % respondentů, opakem je tomu u méně než čtvrtiny dotazovaných. Největší snaha je pozorována při nakládání s odpadem, kdy téměř 80 % dotazovaných odpovědělo kladně a o něco více než pětina respondentů uvedla, že snahu v tomto ohledu nemá (viz Tab. 20 a Graf 19).

Tabulka 20: Otázka č. 14 – Při ubytování mimo domov, máte snahu se chovat ekologicky šetrně (např. při pobytu v hotelu)?

		počet responzí	podíl v %
úspora vody	Ano	84	71,8
	Ne	33	28,2
úspora energie	Ano	88	75,2
	Ne	29	24,8
nakládání s odpadem	Ano	91	77,8
	Ne	26	22,2

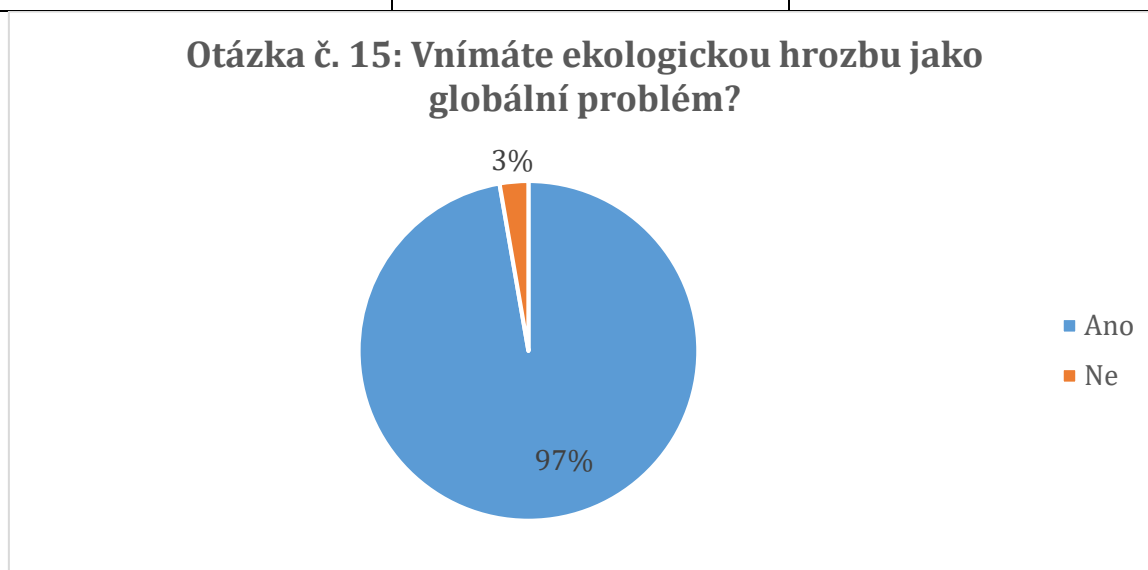


Graf 19: Otázka č. 14 – Při ubytování mimo domov, máte snahu se chovat ekologicky šetrně (např. při pobytu v hotelu)?

Otázka č. 15: Vnímáte ekologickou hrozbu jako globální problém?

Téměř všichni respondenti, více než 97 %, ekologickou hrozbu jako globální problém vnímá. Méně než 3 % dotazovaných jsou opačného názoru (viz Tab. 21 a Graf 20).

	počet responzí	podíl v %
Ano	114	97,4
Ne	3	2,6



Graf 20: Otázka č. 15 - Vnímáte ekologickou hrozbu jako globální problém?

Otázka č. 16: Vysvětlete proč ano/ne?

Vzhledem k rozsáhlosti odpovědí na tuto otázku není provedeno grafické zpracování a jsou pouze popsána získaná data. Otázka se snažila podrobněji vysvětlit vnímání respondentů a zjistit tak, zdali smýšlejí ekologicky šetrně a jsou environmentálně uvědomělí. Nicméně nelze přesně určit, zda jsou vyjádření respondentů pravdivá a do jaké míry vnímání ekologické hrozby ovlivňuje jejich chování, tedy jestli se snaží neekologickému chování předcházet. Výsledky otázky jsou spíše informativního charakteru. Odpovědi respondentů jsou rozděleny do několika kategorií podle jejich vyjádření.

Nejčastěji respondenti zmiňují dopady na ekosystémy a problémy s tím spojené. Téměř 42 % dotazovaných poukazuje na snahu o zachování ekosystémů pro budoucí generace, problematiku globálního oteplování nebo problémy spojené s vymíráním

fauny a flory. Druhým nejčastěji vnímaným faktorem je znečišťování planety, zmiňuje ho více než 34 % dotazovaných. Jedná se o problémy spojené se znečišťováním ovzduší a oceánů, ale i například s plýtváním jídla, fast fashion. Téměř 24 % respondentů vůbec blíže své důvody na otázku nespecifikuje. Nejčastěji uvádí, že se jedná o problém všech lidí, celé země nebo že o problematice ví ze zpravodajství. Nicméně není vůbec vyjádřen vlastní názor respondentů na uvedenou otázku. Přes 10 % dotazovaných dále uvádí čerpání přírodních zdrojů a další problémy spojené s nedostatkem zdrojů obnovitelných. Necelých 10 % respondentů zmiňuje i nezáměr o dopady na životní prostředí. Z části se jedná o nezáměr respondentů samotných, další část dotazovaných poukazuje ale například i na chování lidí v okolí nebo nezáměr korporátních společností. Část respondentů, téměř 6 %, uvádí dále i ohrožení lidského zdraví jako důsledek negativních dopadů na životní prostředí.

6. Diskuze

Na základě výzkumu bakalářské práce lze vyzorovat, že pouze zhruba třetina respondentů zná pojem green management a jeho součásti. Bylo by vhodné zlepšit propagaci green managementu a informovat tak spotřebitele i podnikatele o jeho výhodách a přínosech nejen pro životní prostředí, ale i podniky samotné. Vzhledem k relativně vysokému procentu respondentů, zhruba 75 %, kteří ekoznačku ubytovacích zařízení vůbec nevnímají, se nabízí zamyšlení nad tím, zdali certifikace má vůbec nějaký smysl. Jednou z možností tak vysokého podílu dotazovaných nevnímajících ekoznačení je ubytování pouze v ubytovacích zařízeních, která se vůbec na green management nezaměřují a jeho části do svého chodu neimplementují, proto dále o tomto pojmu nešíří povědomí. V případě, že hotel ekocertifikaci obdrží, měl by v rámci svých hodnot informovat zákazníky o možnostech snižování negativních dopadů na životní prostředí. Ti následně mohou chování a myšlenky uplatňovat i ve svém každodenním životě. Ze zahraničního výzkumu na Srí Lance (Lee, 2019) lze i vyzorovat, že ekocertifikace podniku má pozitivní vliv na chování spotřebitelů. Ti jsou ochotni si za ubytování v takovém zařízení připlatit navíc a zároveň se i zvyšuje pravděpodobnost, že se do takového zařízení znovu vrátí. Přestože je certifikace poměrně nákladná, získává s ní podnik výhodu v konkurenčním prostředí. Zároveň se i nabízí možnost podnikům implementovat části systémů environmentálního řízení do svého chodu a o certifikaci nežádat. Mimo potvrzené přínosy podnikům z takto zavedených systémů mohou podniky dále šířit povědomí o green managementu a svých činnostech v rámci snižování dopadů na životní prostředí, ale ušetří tak i případné náklady za ekoznačku. Z dotazníkového šetření práce lze vyzorovat, že velká část respondentů, zhruba 90 %, má o životní prostředí zájem, a proto je vhodné spotřebitele informovat o krocích, kterými mohou pomoci snižovat negativní dopady na životní prostředí. Podniky by měly být příkladem a své spotřebitele tímto směrem dále vychovávat a motivovat.

Propagace green managementu by se v budoucnu měla stát součástí každého podniku, aby došlo k co největší možné minimalizaci negativních dopadů na životní prostředí. Šířit informace o dané problematice mohou například hotely, ať už samotné certifikované ekohotely nebo pouze ty, které systémy environmentálního řízení ve svém chodu uplatňují i bez certifikace. Dále mohou turisty informovat

cestovní kanceláře nebo turistická centra. V neposlední řadě je vhodná propagace i na straně podniků zaměřených na průmyslovou výrobu, které vzhledem k přínosům mohou motivovat konkurenci ve stejných sférách k zavedení prvků systémů environmentálního řízení do svého chodu. Způsob šíření informací a povědomí o green managementu může být jakýkoliv, od využívání sociálních sítí jako jsou například Facebook nebo Instagram, přes webové stránky jednotlivých podniků, až po osobní komunikaci se zákazníky.

Z výsledků dotazníkového šetření (např. otázka č. 2 a 10) vychází, že významným faktorem ovlivňujícím výběr ubytování je cenová dostupnost. Na základě výzkumu (Lee, 2019) lze předpokládat, že pokud se jedná o hotel s ekoznačkou, jsou zákazníci za služby ochotni zaplatit více a zároveň se s vyšší pravděpodobností do ubytovacího zařízení znovu vrátí. Jedná se tedy o jeden z dalších důvodů, které mohou motivovat podniky k zavedení prvků environmentálního řízení do svého chodu.

Výsledky dotazníkového šetření mohou být víceméně ovlivněny zastoupením věkové kategorie 20-29 let, do které spadala téměř polovina všech respondentů. Ke zpřesnění výsledků by bylo vhodné mít jednotlivé kategorie zastoupeny rovnoměrně. Vzhledem k nízkému počtu výzkumů a odborných studií vykonaných na území ČR v rámci tématu green managementu, mohou být výsledky práce ovlivněny i hojným využíváním zahraničních textů a studií, které nemusí nutně odpovídat výsledkům jinak vykonaných v České republice.

7. Shrnutí výsledků

Přestože jsou výzkumné otázky zaměřené na potenciální zákazníky neboli turisty, ve výzkumu jsou zahrnuty i výsledky respondentů, kteří v otázce č. 4 dotazníkového šetření uvedli možnost „Necestuji“. Hlavním důvodem je minimální vliv na výsledky vzhledem k nízkému počtu dotazovaných s touto možností odpovědi. Zároveň lze i předpokládat, že tito respondenti cestují v delších časových intervalech nežli ročních.

Výzkumná otázka č. 1: Jaký je podíl potenciálních zákazníků, kteří znají pojem green management?

Z výsledků kvantitativního výzkumu, především otázek č. 5 a 6 dotazníkového šetření, lze vypožorovat, že zhruba 30 % dotazovaných pojem green management zná a téměř další třetina ví, s čím si tento pojem spojit. Více než 40 % naopak tento pojem vůbec nezná. K ověření může sloužit i otázka č. 7 dotazníkového šetření, kdy opět více než 30 % respondentů správně vybralo všechny prvky uplatňované v rámci green managementu.

Důvodem nízkého podílu těch, kteří pojem green management znají, může být fakt, že i v dnešní době laická veřejnost nejeví příliš velký zájem o dopady na životní prostředí a tato skutečnost se projevuje například i u otázky č. 9 a 10 dotazníkového šetření, kdy většinová část respondentů nebere ohled na ekologickou šetrnost ubytovacích zařízení.

Výzkumná otázka č. 2: Jaké procento turistů zohledňuje zaměření na green management jako jednu z hlavních priorit při výběru ubytovacího zařízení?

Z analýzy výsledků kvantitativního výzkumu lze předpokládat, že přibližně 37 % vnímá ekologickou šetrnost jako jednu z priorit při výběru ubytování. Faktory, které ovlivňují výběr ubytovacího zařízení potenciálních zákazníků se odráží v odpovědích otázek č. 2 a 3 dotazníkového šetření. Pouze okrajově je zmíněna ekologická šetrnost hotelů, a to hlavně v rámci jejich nedostatků. Dle otázky č. 10 je ekologická šetrnost při výběru ubytovacího zařízení prioritně až na posledním místě. Je ovšem vhodné zmenšit zkoumaný soubor pouze na ty, kteří dle otázky č. 9 dotazníkového šetření zvažují právě ekologickou šetrnost jako hlavní faktor při výběru ubytování. Je vhodné

i přihlédnout k výsledkům otázky č. 8, kde necelá čtvrtina respondentů uvádí, že vnímá označení ubytovacích zařízení tzv. ekoznačkou. Závěr je vyvozen ze zkoumaného souboru téměř 37 % respondentů, pro které je ekologická šetrnost hotelu v průměru na 3. místě z faktorů ovlivňujících výběr ubytování. V konečném případě se při zvážení výsledků otázky č. 8 dotazníkového šetření bude skutečný podíl přibližovat zhruba třetině dotazovaných.

Výzkumná otázka č. 3: Jaký je podíl zákazníků, kteří se zajímají o problematiku green managementu a životního prostředí?

Na základě kvantitativního výzkumu lze předpokládat, že téměř 90 % dotazovaných se zajímá o problematiku životního prostředí a green managementu. Je možné vycházet z otázky č. 12 dotazníkového šetření, kde 88 % respondentů uvedlo, že se zajímají o problémy spojené se znečišťováním životního prostředí. V následující otázce dalších 95 % dotazovaných uvedlo, že třídí odpad. Při ubytování mimo domov se v průměru 75 % respondentů chová ekologicky šetrně a více než 97 % vnímá ekologickou hrozbu jako globální problém.

Ve výsledcích se odráží zájem více než 75 % respondentů o ochranu životního prostředí, ať už se jedná o základní kroky jako třídění odpadu nebo šetření energií a vody. Je důležité si uvědomit, že každý jedinec může k ochraně životního prostředí přispět a pomoci.

Výzkumná otázka č. 4: V čem je green management přínosný?

Mimo snižování dopadů na životní prostředí lze přínosy green managementu podle výzkumů zahraničních empirických studií rozdělit do několika oblastí. Řada autorů výzkumů zmiňuje jako jednu z těchto oblastí ekonomické přínosy a s tím spojené snižování nákladů a zvyšování výnosů. Druhou oblastí přínosů je zlepšení image podniku, což ve výsledku má pozitivní vliv na spotřebitele, a i navazování nových obchodních partnerství. Mezi další přínosy patří soulad s legislativou. Autoři (např. Veber a kol., 2006; Smolík a Polách, 2007; Morrow a Rondinelli, 2002) uvádí, že při implementaci prvků green managementu dochází ke zlepšení dodržování legislativních požadavků, a dále se i zvyšuje připravenost podniků na případné legislativní změny. Environmentální přínosy patří mezi další oblast přínosů green managementu. Zavedením systémů environmentálního řízení řada studií pozoruje

pozitivní vliv na environmentální výkonnost podniku. Předposlední oblastí přínosů je zlepšení kontroly a řízení podniku. Zahraniční studie (Gimenéz a kol., 2003) poukazuje na skutečnost, že zavedení EMS do podniku napomáhá lepšímu monitoringu všech aktivit a dosahuje tak zlepšení v oblasti kontroly a řízení. Zároveň tak i pozitivně ovlivňuje konkurenceschopnost podniku. V neposlední řadě lze pozorovat přínosy i v oblasti environmentálního uvědomění zaměstnanců podniku. Správná implementace EMS má pozitivní vliv na chování zaměstnanců i mimo jejich pracovní prostředí.

8. Závěr

Bakalářská práce se zabývá zkoumáním pojmu green management a povědomí o daném pojmu na území České republiky. Cílem práce bylo zjistit, do jaké míry je pojem v České republice známý a jaké jsou jeho přínosy.

Teoretická část bakalářské práce nejprve charakterizuje pojem green management a popisuje jeho součásti. Zabývá se green managementem ubytovacích zařízení a dále i eco-labellingem a certifikací podniků. Okrajově je popsán green management v České republice a v poslední kapitole se práce věnuje přínosům green managementu.

Praktická část se zaměřuje na samotný kvantitativní výzkum, který pomocí metody dotazníkového šetření hledá odpovědi na stanovené výzkumné otázky.

Z dotazníkového šetření, které proběhlo v červnu roku 2019, bylo vyzorováno, že přibližně 30 % respondentů pojem green management zná a téměř další třetina si green management spojuje s ochranou životního prostředí, tedy má o pojmu jistou představu. O něco větší procentuální zastoupení dotazovaných, necelých 40 %, zvažuje ekologickou šetrnost ubytovacího zařízení při výběru ubytování. Valná většina respondentů, téměř 90 %, se o problematiku green managementu a ochranu životního prostředí do jisté míry zajímá.

Na základě analýzy a interpretace mnoha zahraničních studií (např. Sebhatu a Enquist, 2007; Rondinelli a Vastag, 2000; Lucas a Wilson, 2008; Madu, 2005; Giménez a kol., 2003) byly vyvozeny přínosy green managementu v několika různých oblastech. Jedná se především o ekonomické a environmentální přínosy, dále i zlepšení image podniku a zvýšení ekologického uvědomění zaměstnanců, zlepšení kontroly a řízení podniku a v neposlední řadě i soulad s legislativou.

Z praktické části lze vyvodit, že pojem green management v České republice není dosud příliš známý. Přestože se povědomí o green managementu v České republice zvyšuje, v porovnání se zahraničím je Česká republika v rámci ekologického uvědomění spíše průměrnou zemí, což lze vyzorovat i na samotném počtu například ubytovacích zařízení s ekologickou certifikací. V závěru lze vyvodit, že při zvyšování ekologického vědomí se zájem o vliv negativních dopadů na životní prostředí bude také zvyšovat, ať už na straně spotřebitelů nebo i na straně samotných podniků.

Výzkumné šetření našlo odpovědi na dílčí cíle, a tím i na hlavní cíl bakalářské práce. Práce může být námětem a inspirací například pro marketingové účely ke zvyšování povědomí o pojmu green management na straně spotřebitelů i podniků samotných. S ohledem na zjištěné přínosy uplatňování green managementu, mohou dále výsledky práce sloužit k motivaci podniků zavádět systémy environmentálního řízení do svého provozu.

9. Seznam použitých zdrojů

BERÁNEK, Jaromír, 2013. *Moderní řízení hotelového provozu*. 5., zcela přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting. ISBN 978-80-86724-45-4.

BIG ROOM INC., *Ekologicky setrny vyrobek/Environmentally Friendly Product*. © 2019 Big Room Inc. [online] [cit. 2019-01-23]. Dostupné z: <http://www.ecolabelindex.com/ecolabel/environmentally-friendly-product-czech-republic>

BOHDANOWICZ, P., Simanic, B., Martinac, I. *Sustainable hotels – Eco-certification according to EU flower, Nordic swan and the Polish Hotel Association*. [online] 2004. [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.greenthehotels.com/eng/BohdanowiczSimanicMartinacEcolabelsSB04.pdf>

CAMBRA-FIERRO, J., POLO-REDONDO, Y., & WILSON, A. (2008). *The Influence of an Organisation's Corporate Values on Employees Personal Buying Behaviour*. *Journal of Business Ethics*, 81, 157-167.

CENIA. *Ekoznačka EŠV a EŠS*. [online] 2019. [cit. 2019-01-23]. Dostupné z: <https://emaseu.cz/ekoznaceni/ekoznacka-esv-a-ess>

CENIA. *O EMAS*. [online] 2019. [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <https://emaseu.cz/index.php/emas/o-emas>

CENIA. *Poplatky*. [online] 2019. [cit. 2019-07-19]. Dostupné z: <https://ekoznacka.cz/ekoznaceni/poplatky>

CHEN, Ying-Chang a Yu-Ta CHEN, 2012. *The Advantages of Green Management for Hotel Competitiveness in Taiwan: In the Viewpoint of Senior Hotel Managers*. *Journal of Management and Sustainability*. s. 211. ISSN 1925-4733.

ČSN EN ISO 14001. *Systém environmentálního managementu: Požadavky s návodem pro použití*. 2016.

DELMAS, Magali. (2001). *Stakeholders and Competitive Advantage: The Case of ISO 14001*. *Production and Operations Management*. 10. 343 - 358. 10.1111/j.1937-5956.2001.tb00379.x.

DINIZ, Tiago. *Are customers demanding Green Management in the Hotel Industry?*. [online] 2004. [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: https://www.academia.edu/10451300/_Are_customers_demanding_Green_Management_in_the_Hotel_Industry_

DRYFHOUT, Jeff. *How to improve hotel indoor air quality*. [online] 2016. [cit. 2019-01-11]. Dostupné z: <https://lodgingmagazine.com/how-to-improve-hotel-indoor-air-quality/>

EUROPEAN COMMISSION. *Best environmental management practice in the tourism sector* [online]. 2013. [cit. 2019-01-11]. Dostupné z: <http://susproc.jrc.ec.europa.eu/activities/emas/documents/TourismBEMP.pdf>

EUROPEAN COMMISSION. *The EU Ecolabel Tourist Accomodation Catalogue*. [online] 2019. [cit. 2019-01-26]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/ecat/hotels/en/list>

EUROPEAN UNION. *Introduction to EMAS*. [online] 2010. [cit. 2019-01-18]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/environment/emas/join_emas/faqs_en.htm#s1q1

GIBSON, Kathleen. (2005). *Environmental management systems: How successful are they?*. Environmental Quality Management. 14. 25 - 30. 10.1002/tqem.20045.

GIMÉNEZ, Gerusa & , LEAL & CASADESUS, Marti & VALLS-PASOLA, Jaume. (2003). *Using Environmental Management Systems to Improve Firms' Competitiveness*. Corporate Social Responsibility and Environmental Management Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt. 10. 101-110. 10.1002/csr.32.

GREEN HOTELIER. *Water management and responsibility in hotels*. [online] 2013. [cit. 2019-01-11]. Dostupné z: <http://www.greenhotelier.org/know-how-guides/water-management-and-responsibility-in-hotels/>

KORUL, Vildan & DURMAZ, Vildan. (2005). *Guide to the implementation of ISO 14001 at airports*. Journal of Air Transportation. 10.

KŘÍŽEK, Felix; NEUFUS Josef. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1.*

- LEE, Ki-Hoon. (2018). *Do green awards and certifications matter? Consumers' perceptions, green behavioral intentions, and economic implications for the hotel industry: A Sri Lankan perspective*. Tourism Economics. vol. 25. 1-20. 10.1177/1354816618810563.
- LUCAS, Marilyn & WILSON, Matthew. (2008). *Tracking the relationship between environmental management and financial performance in the service industry*. Service Business. 2. 203-218. 10.1007/s11628-008-0035-5.
- MADU, Christian. (2005). *Achieving competitive advantage through quality and environmental management*. Environmental Quality Management. 14. 59 - 76. 10.1002/tqem.20038.
- MELNYK, Steven & SROUFE, Robert & CALANTONE, Roger. (2002). *Assessing the effectiveness of US voluntary environmental programmes: An empirical study*. International Journal of Production Research. 40. 1853-1878. 10.1080/00207540110118398.
- MILES, P. Morgan, & COVIN, G. Jeffrey. (2000). *Environmental marketing: A source of reputational, competitive, and financial advantage*. Journal of Business Ethics, 23(3), 299-311.
- MMR. *Green Management*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. [online] 2012. [cit. 2019-01-03]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/40090ab2-4f67-4a85-bce4-c1e78310772f/GetFile36.pdf>
- MORROW, David & RONDINELLI, Dennis. (2002). *Adopting Corporate Environmental Management Systems: Motivations and Results of ISO 14001 and EMAS Certification*. European Management Journal. 20. 159-171.
- NÁRODNÍ FEDERACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 1996. *Green management: praktické kroky pro řízení hotelového a restauračního zařízení v ekologii přátelském prostředí*. Praha: HRMC.
- Nazeleno.cz. *Ekologické hotely v Česku? Žádný boom se zatím nekoná*. [online] 2013. [cit. 2019-01-26]. Dostupné z: <https://www.nazeleno.cz/bio/ekologicke-hotely-v-cesku-zadny-boom-se-zatim-nekona.aspx>

RONDINELLI, Dennis & VASTAG, Gyula. (2000). *Panacea, Common Sense, or Just a Label? The Value of ISO 14001 Environmental Management Systems*. European Management Journal. 18. 499-510.

RYPÁČEK, Pavel. *Loajalita – co si pod ní přesně představit?*. Marketingové noviny [online]. 2003 [cit. 2019-06-15]. Dostupné z: http://www.marketingovenoviny.cz/marketing_1246/

ŘEZÁČ, Jaromír. *Moderní management: manažer pro 21. století*. Brno: Computer Press, 2009. Business books (Computer Press). ISBN 978-80-251-1959-4.

SCHOLZ, Petr. *Green management in the Slovak hotel industry*. Czech Hospitality and Tourism Papers [online] 2015. [cit. 2019-01-11]. Dostupné z: <https://www.vsh.cz/file.php?id=344>

SEBHATU, Samuel & ENQUIST, Bo. (2007). *ISO 14001 as a driving force for sustainable development and value creation*. The TQM Magazine. 19. 10.1108/09544780710817883.

SMOLÍK, Dušan a Jiří POLÁCH. *Ekologické rozhodování podniků I*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2007. ISBN 978-80-7318-534-3.

STRASSER, A. Kurt. (2008) *Do Voluntary Corporate Efforts Improve Environmental Performance?*. The Empirical Literature, 35 B.C. Env'tl. Aff. L. Rev. 533.

TZB-info.cz. *Příklady úspor energie výměnou čerpadel v hotelech*. [online] 2012 © Copyright Topinfo s.r.o. 2001-2019. [cit. 2019-07-19]. Dostupné z: <https://emaseu.cz/index.php/emas/o-emas>

ŠAUER, M.; VYSTOUPIL, J.; HOLEŠINSKÁ, A.; a kol. *Cestovní ruch: Učební text*. Masarykova univerzita: Brno, 2015 [online] [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/studijni_texty/cestovni_ruch_ePDF.pdf

ŠTĚPÁNKOVÁ, Eva. *Environmentální management a jeho přínosy organizaci*. Brno, 2011. Příspěvek. Univerzita obrany, Fakulta ekonomiky a managementu.

VEBER, Jaromír. *Management kvality a environmentu: učební text vedlejší specializace management kvality, environmentu, bezpečnosti a ochrany zdraví při práci*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002. ISBN 8024502895.

VEBER, Jaromír, Marie HŮLOVÁ a Alena PLÁŠKOVÁ. *Management kvality, environmentu a bezpečnosti práce: legislativa, systémy, metody, praxe*. Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-146-1

Zelenezpravy.cz. *Ekohotel*. [online]. © NetWebs.cz, 2013 [cit. 2019-01-06]. Dostupné z: www.zelenezpravy.cz/ekohotel/

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

10. Seznam grafů a obrázků

Seznam grafů

Graf 1: Složení zkoumaného souboru podle pohlaví respondentů	22
Graf 2: Složení zkoumaného souboru podle věkové kategorie respondentů.....	23
Graf 3: Složení zkoumaného souboru podle vzdělání.....	24
Graf 4: Složení zkoumaného souboru podle pracovního statusu respondentů.....	25
Graf 5: Otázka č. 1 - Využíváte služeb hotelů?	26
Graf 6: Otázka č. 2 - V čem vidíte nedostatky hotelů?.....	27
Graf 7: Otázka č. 3 - V čem vidíte přednosti hotelů?.....	28
Graf 8: Otázka č. 4 - Jak často ročně cestujete?.....	29
Graf 9: Otázka č. 5 - Znáte pojem Green management?.....	30
Graf 10: Otázka č. 6 - Co si představujete pod pojmem Green management?.....	31
Graf 11: Otázka č. 7 - Jaké prvky jsou podle Vás v Green managementu uplatňovány?	32
Graf 12: Otázka č. 8 - Vnímáte označení ubytovacích zařízení tzv. ekoznačkou?	33
Graf 13: Otázka č. 9 - Je pro Vás rozhodujícím faktorem při volbě ubytování snaha ubytovacího zařízení snížit své dopady na životní prostředí?.....	34
Graf 14: Otázka č. 10 - Ubytování vybírám podle.....	35
Graf 15: Otázka č. 10 - Ubytování vybírám podle (zúžený výběr respondentů)	36
Graf 16: Otázka č. 11 - Jsou podle Vás Vámi navštěvovaná ubytovací zařízení ekologicky šetrná?.....	37
Graf 17: Otázka č. 12 - Zajímají Vás problémy spojené se znečišťováním životního prostředí?.....	38
Graf 18: Otázka č. 13 - Baví Vás třídit odpad?.....	39
Graf 19: Otázka č. 14 - Při ubytování mimo domov, máte snahu se chovat ekologicky šetrně (např. při pobytu v hotelu)?.....	40
Graf 20: Otázka č. 15 - Vnímáte ekologickou hrozbu jako globální problém?.....	41

Seznam obrázků

Obrázek 1: Schéma procesu green managementu.....	7
Obrázek 2: Logo EMAS.....	12
Obrázek 3: Symbol Ekoznačky EU.....	14
Obrázek 5: Ochranná známka EŠS.....	14
Obrázek 4: Ochranná známka EŠV	14

11. Seznam tabulek

Seznam tabulek

Tabulka 1: Hlavní rozdíly systému EMAS a normy ISO 14001	13
Tabulka 2: Složení zkoumaného souboru podle pohlaví respondentů.....	21
Tabulka 3: Složení zkoumaného souboru podle věkové kategorie	22
Tabulka 4: Složení zkoumaného souboru podle vzdělání respondentů.....	23
Tabulka 5: Složení zkoumaného souboru podle pracovního statusu respondentů.....	24
Tabulka 6: Otázka č. 1 - Využíváte služeb hotelů?.....	26
Tabulka 7: Otázka č. 2 - V čem vidíte nedostatky hotelů?	27
Tabulka 8: Otázka č. 3 - V čem vidíte přednosti hotelů?	28
Tabulka 9: Otázka č. 4 - Jak často ročně cestujete	29
Tabulka 10: Otázka č. 5 - Znáte pojem Green management?	30
Tabulka 11: Otázka č. 6 - Co si představujete pod pojmem Green management?	31
Tabulka 12: Otázka č. 7 - Jaké prvky jsou podle Vás v Green managementu uplatňovány?	32
Tabulka 13: Otázka č. 8 - Vnímáte označení ubytovacích zařízení tzv. ekoznačkou? ..	33
Tabulka 14: Otázka č. 9 - Je pro Vás rozhodujícím faktorem při volbě ubytování snaha ubytovacího zařízení snížit své dopady na životní prostředí?	34
Tabulka 15: Otázka č. 10 – Ubytování vybírám podle	35
Tabulka 16: Otázka č. 10 – Ubytování vybírám podle (zúžený výběr respondentů) ...	36
Tabulka 17: Otázka č. 11: Jsou podle Vás Vámi navštěvované ubytovací zařízení ekologicky šetrné?	37
Tabulka 18: Otázka č. 12 – Zajímají Vás problémy spojené se znečišťováním životního prostředí?	38
Tabulka 19: Otázka č. 13 – Baví Vás třídit odpad?	39
Tabulka 20: Otázka č. 14 – Při ubytování mimo domov, máte snahu se chovat ekologicky šetrně (např. při pobytu v hotelu)?.....	40
Tabulka 21: Otázka č. 15 - Vnímáte ekologickou hrozbu jako globální problém?.....	41

12. Přílohy

Seznam příloh

Příloha č. 1: Formulář dotazníkového šetření

Příloha č. 1: Formulář dotazníkového šetření

Dotazník

Green Management

Dobrý den,

jmenuji se Miroslav Kotmel, jsem studentem 3. ročníku oboru Management cestovního ruchu na FIM UHK. Věnujte prosím několik minut svého času k vyplnění následujícího dotazníku, který poslouží jako podklad pro mou bakalářskou práci na téma "Green Management". Dotazník je zcela anonymní.

1. Využíváte služeb hotelů?

- Ano
- Ne

2. V čem vidíte nedostatky hotelů?

Napište jedno nebo více slov...

3. V čem vidíte přednosti hotelů?

Napište jedno nebo více slov...

4. Jak často ročně cestujete?

- 1-5x
- 6-10x
- Více než 10x
- Necestuji

5. Znáte pojem Green management?

- Ano
- Ne

6. Co si představujete pod pojmem Green management?

Napište jedno nebo více slov...

7. Jaké prvky jsou podle Vás v Green managementu uplatňovány?*

Vyberte jednu nebo více odpovědí

- Úspora energie

- Úspora vody
- Nakládání s odpadem
- Čistota ovzduší
- Komunikace a vzdělávání
- Nevím
- Jiné...

8. Vnímáte označení ubytovacích zařízení tzv. ekoznačkou?*

- Ano
- Ne

9. Je pro Vás rozhodujícím faktorem při volbě ubytování snaha ubytovacího zařízení snížit své dopady na životní prostředí?*

- Ano
- Ne

10. Ubytování vybírám podle:

Změňte pořadí položek dle svých preferencí (1. - nejdůležitější, poslední - nejméně důležitá)

- Cenová kategorie
- Doporučení (od známých, ...)
- Ekologická šetrnost
- Online recenze
- Poloha
- Vybavení

11. Jsou podle Vás Vámi navštěvované ubytovací zařízení ekologicky šetrné?

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Určitě ano	Spíše ano	Nevím	Spíše ne	Určitě ne
Ubytovací zařízení v ČR					
Ubytovací zařízení v zahraničí					

12. Zajímají Vás problémy spojené se znečištěním životního prostředí?

- Ano
- Ne

13. Baví Vás třídit odpad?

- Ano
- Ne
- Nedělám to

14. Při ubytování mimo domov, máte snahu se chovat ekologicky šetrně (např. při pobytu v hotelu)?

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne
Úspora vody				
Úspora energie				
Nakládání s odpadem				

15. Vnímáte ekologickou hrozbu jako globální problém?

- Ano
- Ne

16. Vysvětlete proč ano/ne:

Napište jedno nebo více slov...

17. Jste muž nebo žena?

- Muž
- Žena

18. Která z níže uvedených kategorií zahrnuje Váš věk?

- 19 nebo mladší
- 20 - 29
- 30 - 39
- 40 - 49
- 50 - 59
- 60 nebo starší

19. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní

- Střední (s vyučením/bez vyučení, s maturitou/bez maturity, odborné i neodborné)
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské
- Jiné...

20. Jaký je Váš pracovní status?

Vyberte jednu nebo více odpovědí

- Student
- Zaměstnanec
- Zaměstnavatel/OSVČ
- Nezaměstnaný
- Jiný...

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Kotmel Miroslav	Blažim 66, Blažim	114197

TÉMA ČESKY:

Green management

TÉMA ANGLICKY:

Green management

VEDOUČÍ PRÁCE:

Mgr. Jaroslav Kacetl, Ph.D. - KAL

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Cíl práce:

Cílem bakalářské práce je zjistit, zda je pojem Green management známý v České republice.

Osnova:

1. Úvod
2. Vymezení základních pojmů
3. Historie a definice green managementu
4. Ekologické jednání v ČR
5. Ubytovací služby
6. Green management ubytovacích zařízení
7. Analýza dotazníku a shrnutí výsledků
8. Závěry a doporučení
9. Seznam použité literatury
10. Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

- [1]ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. (2012): Cestovní ruch. Výkladový slovník. Leda Praha, 2., přepracované vydání, 768 stran, ISBN 978-80-7201-880-2.
[2]BERÁNEK, J. a kol. 2013. Moderní řízení hotelového provozu. Praha : MAG CONSULTING, 2013. 338 s. ISBN 978-80-86724-45-4.
[3]VEBER, J. 2002. Environmentální management. Praha : VŠE, 2002. 96 s. ISBN 80-245-0336-0.

Podpis studenta:



Datum:

12.10.2018

Podpis vedoucího práce:



Datum:

12.10.2018