



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
Ekonomická fakulta



# ENVIRONMENTÁLNÍ ODPOVĚDNOST PODNIKU

## Diplomová práce

*Studijní program:* N6208 – Ekonomika a management

*Studijní obor:* 6208T085 – Podniková ekonomika

*Autor práce:* **Bc. Dominika Navrátilová**

*Vedoucí práce:* Ing. Magdalena Zbránková, Ph.D.



## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Dominika Navrátilová**  
Osobní číslo: **E13000236**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Podniková ekonomika**  
Název tématu: **Environmentální odpovědnost podniku**  
Zadávající katedra: **Katedra podnikové ekonomiky a managementu**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Teoretický úvod do problematiky vztahu podniku a životního prostředí.
2. Charakteristika vybraných dobrovolných environmentálních nástrojů v podnikové praxi.
3. Analýza současného stavu ve vybraném podniku.
4. Aplikace zvoleného environmentálního nástroje v podniku.
5. Shrnutí a doporučení na základě zjištěných skutečností.

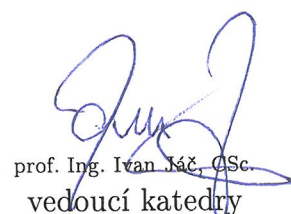
Rozsah grafických prací: **dle potřeby dokumentace**  
Rozsah pracovní zprávy: **65 normostran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**  
Seznam odborné literatury:

**BRADY, John, et al. Environmental Management in Organizations: The IEMA Handbook. 2th ed. London: Earthscan, 2011. ISBN 978-1-84971-062-6.**  
**WELFORD, Richard. Corporate Environmental Management 1: Systems and Strategies. 2th ed. London: Earthscan, 2013. ISBN 978-1-85383-560-5.**  
**PAWLICZEK, Adam. Udržitelný rozvoj - vybrané aspekty z oblasti podnikání. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2011. ISBN 978-80-7248-700-4.**  
**BYZNYS PRO SPOLEČNOST. Firma a životní prostředí - od prvních kroků ke komplexní strategii. 1. vyd. Praha: Byznys pro společnost, 2012. ISBN 978-80-905188-1-0.**  
**POLÁŠKOVÁ, Anna, et al. Úvod do ekologie a ochrany životního prostředí. 1. vyd. Praha: Karolinum, Univerzita Karlova v Praze, 2011. ISBN 978-80-246-1927-9.**  
**Elektronická databáze článků ProQuest (knihovna.tul.cz).**

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Magdalena Zbránková, Ph.D.**  
Katedra podnikové ekonomiky a managementu  
Konzultant diplomové práce: **Radek Petr**  
předseda představenstva společnosti Kristýna a. s.  
Datum zadání diplomové práce: **31. října 2014**  
Termín odevzdání diplomové práce: **7. května 2015**



doc. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.  
děkan



prof. Ing. Ivan Jáč, CSc.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2014

## Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé diplomové práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

# **Anotace**

Tématem této diplomové práce je environmentální odpovědnost podniku. Obsahem první části jsou teoretická východiska aktuální problematiky vztahu podniku a životního prostředí. Jsou zde uvedeny vybrané dobrovolné environmentální nástroje používané v podnikové praxi. Dále se práce zaměřuje na jeden z nich, a to na environmentální značení typu I, tj. ekologické značení dokazující šetrnost daného produktu k životnímu prostředí. Práce charakterizuje podnik Kristýna a.s., jehož environmentální odpovědnost je předmětem dalšího řešení. Důležitou součástí je analýza provedená za účelem zhodnocení možností společnosti získat oprávnění užívat ekoznačku. Na základě zjištěných skutečností byla navržena konkrétní opatření, která by vedla ke splnění části podmínek jejího udělení. Závěrečná část diplomové práce je věnována shrnutí a doporučení dalšího směřování podniku Kristýna a.s.

## **Klíčová slova**

Ekoznačení, Ekoznačka, Environmentální odpovědnost podniku, Environmentální politika podniku, Životní prostředí

# **Annotation**

## **Environmental Responsibility of a Company**

This diploma thesis is on the subject of corporate environmental responsibility. The first part contains the theoretical basis of the current issues concerning the relationship between companies and the environment. It describes selected voluntary environmental tools used in corporate practice. The work subsequently focuses on one of these, type I environmental identification, i.e. ecological identification demonstrating that a product is environmentally friendly. The work characterises the Kristýna a.s. company, whose environmental responsibility is the subject of further discussion. The analysis executed for the purpose of evaluating the company's potential to obtain a licence to use an eco-label is an important part of this thesis. Specific measures, which would result in some of the terms for granting a licence for use of the eco-label being met, were proposed on the basis of the established circumstances. The final part of the thesis is devoted to a summary and recommendations of the subsequent goals of Kristýna a.s.

## **Key words**

Eco-labelling, Eco-label, Corporate environmental responsibility, Corporate environmental policy, Environment

# Obsah

Seznam obrázků.....	9
Seznam tabulek.....	10
Seznam zkratk.....	11
<b>Úvod</b> .....	12
<b>1 Teoretický úvod do problematiky vztahu podniku a životního prostředí</b> .....	14
<b>2 Dobrovolné nástroje politiky životního prostředí</b> .....	20
2.1 Charakteristika dobrovolných nástrojů .....	20
2.2 Klasifikace dobrovolných nástrojů .....	21
2.3 Ekologické značení jako jeden z dobrovolných nástrojů politiky životního prostředí.....	25
2.3.1 Význam ekoznačky pro producenty .....	28
2.3.2 Proces získání ekoznačky .....	30
2.3.3 Ekologické značení pro poskytovatele služeb .....	33
2.3.4 Možnosti ekologického označování služeb .....	36
<b>3 Analýza a zhodnocení současného stavu ve vybraném podniku</b> .....	42
3.1 Charakteristika společnosti Kristýna a.s. ....	42
3.2 Zhodnocení systému environmentálního managementu v podniku .....	46
3.3 Aktuálně možná pozice podniku v procesu získání ekoznačky.....	48
3.4 Zhodnocení podmínek ve společnosti Kristýna a.s. pro získání ekologické certifikace .....	49
<b>4 Aplikace zvoleného environmentálního nástroje v podniku Kristýna a.s.</b> .....	54
4.1 Analýza současného stavu plnění kritérií udělení ekoznačky podnikem Kristýna a.s.....	54
4.1.1 Zhodnocení plnění povinných kritérií pro získání ekoznačky.....	55
4.1.2 Zhodnocení plnění volitelných kritérií pro získání ekoznačky .....	57

4.1.3	Zhodnocení náročnosti splnění povinných kritérií udělení ekoznačky .....	58
4.2	Příprava environmentální strategie společnosti Kristýna a.s. ....	61
4.2.1	Formulace vize a mise .....	63
4.2.2	Vymezení environmentální politiky podniku .....	64
4.3	Možnosti zefektivnění interní a externí informovanosti a komunikace v oblasti environmentální odpovědnosti podniku Kristýna a.s. ....	65
4.3.1	Interní environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání .....	67
4.3.2	Externí environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání .....	69
4.3.3	Návrh postupu realizace navržených opatření na zefektivnění interní a externí environmentální informovanosti a komunikace .....	72
<b>5</b>	<b>Shrnutí a doporučení na základě zjištěných skutečností.....</b>	<b>76</b>
	<b>Závěr .....</b>	<b>79</b>
	Seznam použité literatury .....	81
	Seznam příloh.....	88



## Seznam obrázků

Obr. 1:	Klasifikace dobrovolných nástrojů politiky životního prostředí	21
Obr. 2:	Loga ekoznaček dostupných v České republice	26
Obr. 3:	Loga zahraničních ekoznaček – německé a skandinávské	27
Obr. 4:	Schéma procesu získání ekoznačky	30
Obr. 5:	Počet platných EU Ecolabel v kategorii Ubytovací služby pro turisty v evropských státech	37
Obr. 6:	Počet platných EU Ecolabel v kategorii Služby v kempech v evropských státech	38
Obr. 7:	Plán Autokempu Kristýna	43
Obr. 8:	Poloha Autokempu Kristýna	44
Obr. 9:	Přehled klientů podniku Kristýna a.s. podle národnosti	45
Obr. 10:	Schéma postupu vymezení prvků strategického řídicího procesu společnosti Kristýna a.s.	62
Obr. 11:	Postupné kroky navrhovaných opatření směřujících k získání ekoznačky	62

## Seznam tabulek

Tab. 1:	Dobrovolné regulační nástroje	22
Tab. 2:	Dobrovolné informační nástroje	23
Tab. 3:	Dílčí výsledky průzkumu CSR Research 2014	28
Tab. 4:	Nárůst produktů s certifikací EU Ecolabel v období září 2014 – březen 2015	30
Tab. 5:	Přehled poplatků za české verze ekoznačky (platný k 25. 4. 2015)	32
Tab. 6:	Přehled poplatků za ekoznačku EU Ecolabel (platný k 25. 4. 2015)	32
Tab. 7:	Ubytovací zařízení pro turisty v ČR oceněná ekoznačkou	40
Tab. 8:	Silné a slabé stránky společnosti Kristýna a.s. vztahující se k potenciálnímu zavedení ekoznačky	51
Tab. 9:	Vnější pozitivní a negativní faktory zavedení ekoznačky působící na podnik Kristýna a.s.	51
Tab. 10:	Klasifikace povinných kritérií podle úrovně splnění podnikem Kristýna a.s.	55
Tab. 11:	Přehled volitelných kritérií splněných podnikem Kristýna a.s.	57
Tab. 12:	Klasifikace nesplněných povinných kritérií podle finanční náročnosti splnění	59
Tab. 13:	Přehled nesplněných kritérií včetně specifikace nesplněných podmínek	66
Tab. 14:	Náklady navržených opatření – Interní environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání	73
Tab. 15:	Náklady navržených opatření – Externí environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání	74
Tab. 16:	Přehled možných rizik navržených opatření	75

## Seznam zkratek

BOZP	Bezpečnost a ochrana zdraví při práci
CENIA	Czech Environmental Information Agency
CP	Cleaner Production
CSR	Corporate Social Responsibility
CZGBC	Czech Green Building Council
ČR	Česká republika
ČSN	Česká technická norma
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
EMS	Environmental management system
EPD	Environmental Product Declaration
EU	Evropská unie
EUEB	EU Eco-Labeling board
GEN	The Global Ecolabelling Network
ISO	International Organization for Standardization
LCA	Life Cycle Assessment
LEED	Leadership in Energy & Environmental Design
MŽP	Ministerstvo životního prostředí
OSN	Organizace spojených národů
P	povinné kritérium Technické směrnice č. 42 – 2013
UNEP	The United Nations Environment Programme
UNWTO	The United Nations World Tourism Organisation
V	volitelné kritérium Technické směrnice č. 42 – 2013

# Úvod

Tématem této diplomové práce je environmentální odpovědnost podniku. Problematika životního prostředí je v současnosti velmi aktuální. Ještě v 50. letech 20. století se o stav planety Země lidé obecně příliš nezajímali. Zlom nastal na konci dalšího desetiletí, kdy si veřejnost díky výzkumům uvědomila, že lidská existence má na přírodu nezanedbatelné negativní dopady. Vzdmula se tak vlna zájmu o ochranu životního prostředí. V průběhu následujících let až do současnosti se různými způsoby projevuje snaha lidstva o ohleduplnější chování k naší planetě.

Aktuální trend zvýšeného zájmu o ochranu životního prostředí se projevuje na několika úrovních. Globální a národní se vyznačují přijímáním mezinárodních dohod zaměřených na péči o životní prostředí či legislativních požadavků. Na úrovni lokální se dotýká všech subjektů; ekologicky se může chovat každý člověk, podnikatelský subjekt, nezisková organizace nebo obec. Podniky na jedné straně musí splnit požadavky legislativní, na druhé straně reagují na potřeby zájmových skupin nad ustanovení zákona a přijímají dobrovolné závazky.

Environmentální odpovědnost podniku znamená odpovědnost podniku k životnímu prostředí, tedy zda a jakým způsobem se snaží eliminovat negativní dopady svých činností na životní prostředí. V souvislosti s uvedeným pojmem se dnes používají i další, např. společenská odpovědnost firem, environmentální politika podniku nebo udržitelné podnikání. Minimální rámec pro jednání podniku vzhledem k životnímu prostředí poskytuje platná legislativa. Kromě toho existuje velké množství nástrojů na podnikové úrovni, které fungují na principu dobrovolnosti. Tzv. dobrovolné nástroje na ochranu životního prostředí zahrnují několik typů aktivit vyznačujících se snahou o větší šetrnost a ochranu přírodního prostředí. Diplomová práce se zaměřuje na některé z nich.

První část práce se zabývá teoretickými základy vztahu podnik – životní prostředí. Vysvětluje souvislosti mezi aktuálně často používanými pojmy, včetně společenské odpovědnosti firem a environmentální politiky. Dále charakterizuje vybrané dobrovolné podnikové nástroje politiky životního prostředí. Zabývá se tedy tím, jaké má podnik

možnosti, pokud má zájem chovat se odpovědně k životnímu prostředí, nad rámec právních předpisů. Poté se práce podrobněji zaměřuje na jeden vybraný dobrovolný nástroj, a to na environmentální značení typu I neboli ekoznačení (ekoznačku).

Prakticky zaměřená část diplomové práce se nejprve zabývá analýzou a zhodnocením současného stavu ve vybraném podniku – Kristýna a.s. Environmentální odpovědnost společnosti poskytující služby v oblasti turistických ubytování je ústředním tématem práce. Z tohoto důvodu se popis aktuální situace ve společnosti týká zejména jejího vztahu a postoje k životnímu prostředí.

Další kapitoly jsou soustředěny na možnosti společnosti Kristýna a.s. získat oprávnění k používání ekoznačky EU Ecolabel. Jedná se o oficiální certifikaci, prokazující, že podnikem nabízené služby jsou šetrnější k životnímu prostředí než služby konkurenční ve srovnatelné kategorii. O tento typ ekologického značení produktů je v Evropské unii stále větší zájem. K udělení ekoznačky je nutné splnit nemalé množství kritérií.

Cílem diplomové práce je zhodnotit současné možnosti společnosti Kristýna a.s. získat ekoznačku EU Ecolabel a následně navrhnout opatření směřující k jejímu udělení. Stěžejní část práce se zabývá aplikací zvoleného environmentálního nástroje ve vybraném podniku. První krok představuje zhodnocení aktuální úrovně splnění kritérií ekologické certifikace společností Kristýna a.s. Součástí porovnání skutečného a vyžadovaného stavu ve společnosti je také ohodnocení stanovených požadavků z hlediska finanční náročnosti jejich potenciálního splnění.

Na základě zjištěných skutečností budou navržena opatření, která společnosti pomohou pokročit na cestě vedoucí k získání ekoznačky. Součástí navrhovaných změn je vymezení vize, mise a environmentální politiky firmy. Jejich stanovení vytvoří formální rámec environmentální strategie společnosti Kristýna a.s. Bude rovněž základem pro další kroky vedoucí ke splnění podmínek nutných k získání ekologické certifikace. Poslední část práce navazuje na zjištěné skutečnosti. Je věnována především doporučením dalšího směřování společnosti Kristýna a.s. v oblasti environmentální odpovědnosti.

# 1 Teoretický úvod do problematiky vztahu podniku a životního prostředí

Člověk měl od počátků své existence menší či větší vliv na životní prostředí. Dlouhé roky rozvoje lidské společnosti však nebyl tento vztah předmětem společenského zájmu. Zlom nastal ve druhé polovině 20. století, kdy probíhala vědecko-technická revoluce. Znamenala nejen velké pokroky v technologickém rozvoji, ale byla spojena s výrazným nárůstem obyvatelstva a tím i výroby a spotřeby. Společnost si začala uvědomovat, že lidská aktivita má na životní prostředí silný negativní vliv. Zvyšovala se tak pozornost věnovaná zjišťování stavu životního prostředí, jak na něj člověk působí a také jak ho může ochraňovat.

Atmosféra ve společnosti vedla v roce 1968 k založení tzv. Římského klubu. Roku 1972 jeho členové publikovali známou zprávu „The Limits to Growth“ („Meze růstu“). Zabývala se především znečišťováním životního prostředí a nadměrným čerpáním přírodních zdrojů. Hlavním výstupem zprávy bylo upozornění, že pokud lidé nezmění svůj dosavadní přístup, svět zátěž způsobenou aktivitou člověka nepojme. Studie vyvolala vlnu zájmu o ochranu životního prostředí a v následujících letech se konala řada mezinárodních konferencí, zabývajících se environmentální oblastí (např. v Riu de Janeiro v r. 1992).

V současné době je vlivům lidské činnosti na životní prostředí věnována stále větší pozornost. Na jedné straně zde existuje významný technologický pokrok, který sice znamená určitou zátěž pro životní prostředí, ale zároveň nabízí i nové metody jeho ochrany a obnovy. Podstatné je to, že důležitost odpovědného chování ke svému okolí je respektována nejenom na mezinárodní a národní úrovni, ale také z hlediska organizací a také jednotlivců. Právě podniky jsou hnacím motorem ekonomického rozvoje a ve velké míře tak ovlivňují životní prostředí. Dnes jsou na ně v oblasti jeho ochrany kladeny nároky z několika stran. Jednak je to zpřísnující se legislativa, ale velký podíl má i aktuální nálada společnosti, kdy přibývá spotřebitelů, kteří věnují pozornost tomu, jaký má firma postoj k environmentální oblasti. Zajímá to i mnohé obchodní partnery, zaměstnance a další zainteresované strany.

Následující text vysvětluje aktuálně často používané pojmy z oblasti vztahu podniku a životního prostředí a dává je do vzájemného kontextu.

**Udržitelný rozvoj** je „*takovým způsobem rozvoje lidské společnosti, který uvádí v soulad hospodářský a společenský pokrok s plnohodnotným zachováním životního prostředí.*“ (Pawliczek, 2011, s. 13). Stěžejním cílem udržitelného rozvoje je zachování životního prostředí budoucím generacím v co nejpřirozenějším stavu (Pawliczek, 2011).

Pod pojmem **udržitelnost** si lidé často představí uplatňování principů souvisejících s ochranou životního prostředí. Environmentální aspekt udržitelnosti je samozřejmě velmi významný, ale není zdaleka jediný. Dalšími jsou:

- právní,
- finanční,
- ekonomický,
- průmyslový,
- sociální,
- psychologický (Pawliczek, 2011).

Zásady udržitelného rozvoje jsou v současné době aplikovány na mezinárodní a národní úrovni a také v rámci jednotlivých institucí a organizací, které si osvojily principy tzv. udržitelného podnikání. **Udržitelné podnikání** lze definovat jako takové podnikání, které respektuje zásady udržitelného rozvoje. Firmy se zaměřují na ty činnosti, které přinášejí prospěch nejen jim, ale také lidské společnosti a přírodnímu prostředí (Kalousová, 2012). Základem udržitelného podnikání je sdílení hodnot mezi firmou a jejím okolím. Zahrnuje mnoho oblastí, které mají určitá specifika, charakteristická pro sektor, ve kterém daný podnik působí (Byznys pro společnost, 2010).

Pojem udržitelné podnikání se často používá jako synonymum společenské odpovědnosti firem. Pojetí udržitelného podnikání je však komplexnější. Jedná se především o nový způsob řízení. Takto řízené firmy nejen realizují dlouhodobý zisk (akcionářům a majitelům), ale zároveň jsou ohleduplné a přínosné ke společnosti. V jejich obchodní

strategii jsou zohledněny různé sociální, etické, ekonomické a samozřejmě také environmentální faktory (Byznys pro společnost, 2010).

**Společenská odpovědnost firem (CSR – Corporate Social Responsibility)** je v dnešní době často používaný pojem v souvislosti s tím, jak se která organizace chová ke svému okolí, ať už se jedná o zaměstnance nebo o životní prostředí. Pro společenskou odpovědnost firem existuje velké množství definic. Obecně se jedná o přístup podniků, které do svých každodenních činností dobrovolně integrují environmentální a sociální faktory. Tato hlediska jsou zohledňována v interakci s tzv. stakeholders neboli zainteresovanými stranami. Stakeholders zahrnují například zaměstnance, zákazníky, veřejnost, obchodní partnery, ale také finanční nebo státní instituce apod. Jedná se o skupiny, které jsou nějakým způsobem zasaženy činností firmy. CSR vyjadřuje odpovědnost majitelů podniků vůči stakeholders (Byznys pro společnost, 2010).

Společensky odpovědný podnik neusiluje pouze o zisk, ale sleduje také další oblasti zájmu. CSR je postavena na třech základních pilířích, jsou to:

- ekonomický – zahrnuje usilování firmy o zisk a dlouhodobý růst;
- sociální – lze rozdělit na interní (týká se vztahů se zaměstnanci a pracovního prostředí v podniku) a externí (souvisí se vztahy s místní komunitou a oblastí filantropie, která zahrnuje činnosti a chování vědomě prováděné za účelem podpory druhých osob);
- environmentální – řeší problematiku životního prostředí (Kunz, 2012; Prskavcová, Maršíková, Řehořová a Zbránková, 2008).

#### Environmentální odpovědnost podniku a environmentální strategie

Součástí uvedených přístupů k fungování firmy je **environmentální odpovědnost podniku** – odpovědnost vůči životnímu prostředí. Právě odpovědnému chování firem v této oblasti je v současnosti věnována stále větší pozornost. Ať už se jedná o státní orgány, nevládní organizace, zákazníky, zaměstnance, obchodní partnery nebo jiné stakeholders. Od moderních společností se očekává, že budou o svém vlivu na životní prostředí informovat všechny zainteresované strany, měřit a zaznamenávat dopady své



činnosti a angažovat se podle možností v ochraně životního prostředí. Dodržování platných právních norem je samozřejmostí. Určitou nadhodnotou, která je stále více oceňována, je dobrovolná aktivita podniků v environmentální oblasti (Byznys pro společnost, 2012).

Prostředkem formálního začlenění odpovědnosti vůči životnímu prostředí do systému řízení podniku je **environmentální strategie**. Jako jedna z dílčích podnikových strategií je prvkem strategického řízení firmy.

*„Strategické řízení firmy (strategic management) je dynamický proces tvorby a implementace rozvojových záměrů, které mají zásadní význam pro rozvoj firmy. Zahrnuje aktivity zaměřené na udržování dlouhodobého souladu mezi posláním firmy, jejími dlouhodobými cíli a disponibilními zdroji a rovněž mezi firmou a prostředím, v němž firma existuje, a to prostřednictvím vymezení vize, mise, firemních cílů, růstových strategií a portfolia pro celou firmu.“* (Jakubíková, 2008, s. 18)

Na počátku strategického řídicího procesu hraje důležitou roli stanovení **vize** a **poslání (mise)** (Jakubíková, 2008).

*„Vize dává odpověď na otázku, jak bude podnik vypadat v budoucnosti.“* (Jakubíková, 2008, s. 20). Vize společnosti by měla vystihovat obecně směr, jakým firma míří. Měla by být formulována tak, aby motivovala a zároveň koordinovala a směřovala vybrané osoby k určitému chování, činnostem (Jakubíková, 2008).

Poslání (mise) vystihuje smysl a účel existence firmy, způsoby jejího chování a také vtahy se subjekty z okolního prostředí, ve kterém působí. Mise by měla prezentovat také podnikem dlouhodobě uznávané hodnoty a uplatňované zásady (Jakubíková, 2008).

Vymezení vize a mise umožňuje podniku např.:

- definovat jeho strategické cíle (mimo jiné i environmentální – například zisk ekologické certifikace atd.),
- vytvořit novou identitu společnosti,
- zlepšit image,

- komunikovat se zainteresovanými stranami vztah podniku a životního prostředí,
- zvýšit ztotožnění se zaměstnanců s cíli podniku,
- zvýšit motivaci zaměstnanců (Jakubíková, 2008).

Strategie definuje cesty a způsoby dosažení předem stanovených podnikových cílů. Zastřešující celková podniková strategie zahrnuje libovolný počet strategií dílčích. Například obchodní, marketingovou, investiční, personální a další, včetně environmentální (Jakubíková, 2008). Environmentální strategie je jednou ze složek nejen podnikové strategie, ale v mnohých případech i již zmíněného dobrovolného přístupu k podnikání, jak uvádí následující definice:

*„Environmentální strategie je strategie společnosti pro oblast ochrany a odpovědného přístupu k životnímu prostředí a jako taková je velmi často součástí širšího konceptu společenské odpovědnosti (CSR, corporate social responsibility) nebo tzv. konceptu udržitelnosti.“* (Byznys pro společnost, 2012, s. 4)

Správně nastavená environmentální strategie může přinést podniku mnoho výhod nejen v podobě snižování nákladů, ale také v souvislosti se vztahy se zainteresovanými stranami. Firma se může díky svému odpovědnému postoji dostat do povědomí potenciálních zákazníků, obchodních partnerů a veřejnosti jako celku. Zlepší se její image a vybuduje si tak silnější pozici na trhu, bude více konkurenceschopná. Kromě toho lze očekávat i kladnou odezvu ze strany státu, která může pro podnik znamenat například jisté finanční úlevy apod. Součástí environmentální strategie je i environmentální politika podniku, viz dále (Byznys pro společnost, 2012).

### Environmentální politika

*„Environmentální politika je politika zaměřená na usměrňování chování společnosti /v nejširším slova smyslu/ v souladu s cílem zachování podmínek života na Zemi.“* (Šimíčková, 2014, s. 15)

**Environmentální politika podniku** je prohlášení organizace o zásadách jednání ve vztahu k životnímu prostředí. Obsahuje principy, jakými se firma v environmentální oblasti řídí, a cíle, které si v jejím rámci stanovila. Důležitou složkou je deklarace neustálého zlepšování environmentální působnosti podniku. Stanovuje ji vrcholový management, musí být veřejně přístupná (Brady, 2011).

Environmentální politiku podniku lze rozdělit na dvě části. První je samotné prohlášení o zásadách chování firmy vůči životnímu prostředí. Druhá – tzv. akční program – obsahuje vymezené environmentální cíle. Je zde patrná propojenost s dalšími prvky strategického řídicího procesu (např. mezi strategické cíle patří i ty environmentální, stanovené v akčním programu).

Činnost každého podniku se určitým způsobem dotýká životního prostředí. Z environmentální politiky by mělo být jasné, které části nebo procesy firmy na něj mají největší vliv. Měly by být zdůrazněny a komunikovány napříč celou organizační strukturou. Environmentální politika je významný komunikační nástroj směřovaný na zaměstnance a další zainteresované strany, jako jsou vlastníci, zákazníci a dodavatelé. Lze tak s nimi komunikovat hlavní cíle, které byly v rámci vztahu k životnímu prostředí stanoveny (Brady, 2011).

## 2 Dobrovolné nástroje politiky životního prostředí

Nástrojů pro realizaci politiky životního prostředí na podnikové úrovni je k dispozici velké množství. Jedna skupina jsou nástroje povinné, které vycházejí z legislativních požadavků. Druhou skupinu tvoří nástroje dobrovolné, uplatňující se nad rámec zákonných požadavků, jejichž využití je vhodné právě v případě, kdy podnik usiluje o implementaci principů udržitelného podnikání.

*„Jako dobrovolné nástroje jsou dnes označovány aktivity (metody, postupy, způsoby chování apod.), které jsou propracované popř. normalizované na mezinárodní úrovni a různé subjekty, zejména výrobci, je zavádějí dobrovolně, nad rámec legislativních předpisů.“ (Polášková, 2011, s. 24)*

### 2.1 Charakteristika dobrovolných nástrojů

Významnou charakteristikou dobrovolných nástrojů je uplatňování **preventivní strategie**. To znamená, že se zaměřují na odstraňování příčin možných problémů. Například zamezují znečištění životního prostředí nebo nadměrnému čerpání přírodních zdrojů. Protipólem tohoto přístupu je **strategie reaktivní**, která řeší až následky nějaké vzniklé situace (např. odpad nebo znečištění krajiny). Preventivní strategie je v mnoha směrech výhodnější (Vlčková, 2006).

Uplatňování dobrovolných nástrojů v podnikové dimenzi přináší významná pozitiva nejen pro samotný podnik, ale také pro celou společnost. Právě aspekt prevence přispívá k ochraně a obnově životního prostředí a podporuje zásady udržitelného rozvoje. Hlavní přínosy pro podnikatelské subjekty jsou spojeny s upevňováním jejich pozice na trhu. Jedná se například o mnohdy velmi výrazné úspory provozních nákladů nebo zlepšování image, což následně napomáhá ke zvýšení konkurenceschopnosti (MŽP, 2014a).

Z předešlého textu vyplývají hlavní principy dobrovolných nástrojů:

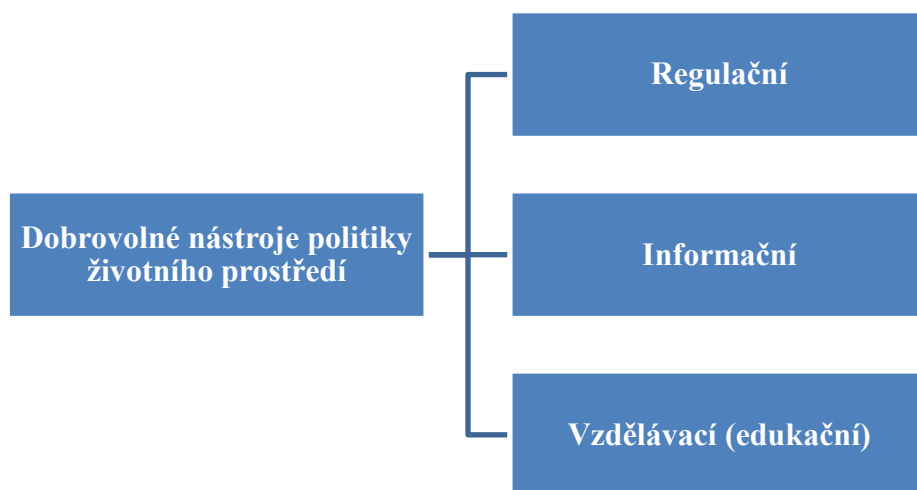
- **dobrovolnost** – jejich zavedení není legislativně stanoveno jako povinné;

- **prevence** – zaměřují se na odstraňování příčin možných problémů v environmentální oblasti – ne až jejich následků;
- **systematický přístup** – soustředí se na části a činnosti organizace negativně postihující životní prostředí (MŽP, 2014a).

V České republice je využívání dobrovolných nástrojů podporováno Státní politikou životního prostředí a národními programy schvalovanými vládou ČR (České republiky), které jsou v kompetenci Ministerstva životního prostředí (MŽP, 2014a).

## 2.2 Klasifikace dobrovolných nástrojů

Pokud management podniku uvažuje o zavedení nějakého dobrovolného nástroje, je důležité uvědomit si účel jeho použití. Každý z nich představuje odlišné možnosti vyplývající z jeho aplikace, která může být více či méně přínosná s ohledem na činnost podniku. Z tohoto hlediska se dobrovolné nástroje rozdělují na tři podskupiny, viz obr. 1 (Klásterka, Růžička, Babička a Remtová, 2007).



*Obr. 1: Klasifikace dobrovolných nástrojů politiky životního prostředí*  
Zdroj: vlastní zpracování podle CENIA (2012e)

- **Regulační nástroje**

Hlavní význam regulačních nástrojů spočívá ve snižování negativního dopadu organizace na životní prostředí. Mezi nejpoužívanější patří:

- environmentální manažerské systémy (EMS, Environmental management system),
- environmentální značení typu I (ekologické značení),
- čistší produkce,
- ekodesign (Klásterka, Růžička, Babička a Remtová, 2007).

Tato diplomová práce je zaměřena především na environmentální značení typu I (ekologické značení), proto bude podrobněji charakterizováno v samostatné podkapitole. Další dobrovolné regulační nástroje jsou stručně a heslovitě popsány v tab. 1.

Tab. 1: Dobrovolné regulační nástroje

Název nástroje	Stručná charakteristika
<i>Environmentální manažerské systémy (Environmental management system, EMS)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• v současnosti jeden z nejpoužívanějších nástrojů ochrany životního prostředí</li> <li>• environmentální řízení</li> <li>• možnost zavedení podle norem řady ISO 14000 (International Organization for Standardization), podle Programu EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) nebo neformálně</li> <li>• finančně i procesně náročné zavedení</li> </ul>
<i>Čistší produkce (Cleaner Production, CP)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• preventivní strategie</li> <li>• podporuje efektivnější využívání vstupních zdrojů</li> <li>• snižuje negativní dopady postihující životní prostředí a člověka</li> <li>• výsledkem je snížení nákladů</li> <li>• univerzální pro podniky různých velikostí a zaměření</li> </ul>
<i>Ekodesign</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zaměřuje se na celý životní cyklus produktu</li> <li>• začleňuje požadavky na odpovědný přístup vůči životnímu prostředí v počátcích životního cyklu produktu</li> <li>• zabraňuje environmentálním rizikům a zbytečným nákladům</li> <li>• preventivní přístup</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování podle European Commission (2012); Šlesinger, Kozielová a Najmanová (2008)

- **Informační nástroje**

Účelem informačních nástrojů je poskytování informací z environmentální oblasti. Jedná se o data týkající se stavu životního prostředí a vlivu činnosti podniku na něj (Klásterka, Růžička, Babička a Remtová, 2007). Základní dobrovolné informační nástroje a jejich stručná charakteristika jsou uvedeny v tab. 2.

Tab. 2: Dobrovolné informační nástroje

Název nástroje	Stručná charakteristika
<i>Metoda LCA</i> (z angl. <i>Life Cycle Assessment, metoda posuzování životního cyklu</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stěžejní informační nástroj</li> <li>• poskytuje informace o vlivu produktu na životní prostředí v celém jeho životním cyklu</li> <li>• zdůrazňuje fáze, které znamenají největší environmentální zátěž</li> <li>• poskytuje jasné a pravdivé informace</li> <li>• na zjištění firma reaguje např. změnami ve výrobě, novými inovacemi produktu nebo informováním spotřebitele a motivováním k odpovědnějšímu přístupu k životnímu prostředí</li> <li>• informace využívají různé zainteresované strany</li> </ul>
<i>Environmentální reporting</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• podává informace o vztahu podnik – životní prostředí</li> <li>• dokumentuje dopady činnosti podniku na životní prostředí, zavedená opatření, probíhající akce a plánovaná opatření</li> <li>• informace pro všechny zainteresované skupiny</li> </ul>
<i>Environmentální značení typu II</i> ( <i>vlastní environmentální tvrzení</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• jakékoli prohlášení, značka, symbol označující environmentálně příznivou součást produktu</li> <li>• jakákoli forma reklamy (označení na obalu, spot v televizi)</li> <li>• způsob sdělení plně v kompetenci firmy</li> <li>• produkt nezískává oficiální certifikaci</li> <li>• riziko nepravdivých informací pro spotřebitele</li> </ul>
<i>Environmentální prohlášení typu III</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• promítá se v něm metoda LCA</li> <li>• deklarace informující o dopadech produktu na životní prostředí během celého životního cyklu</li> <li>• normalizováno českou technickou normou ČSN ISO 14025</li> <li>• možnost porovnávání srovnatelných produktů označených zkratkou EPD (z angl. Environmental Product Declaration)</li> </ul>

Tab. 2: Dobrovolné informační nástroje (pokračování)

Název nástroje	Stručná charakteristika
<i>Environmentální manažerské účetnictví</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zachycuje finanční projev aktivit podniku ovlivňujících životní prostředí</li> <li>• řídí a vyhodnocuje environmentální náklady firmy</li> <li>• zaznamenává zvýšení efektivity</li> <li>• napomáhá identifikaci alternativních variant v řízení provozu</li> <li>• podklad pro reporting</li> </ul>
<i>Environmentální audit</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zjišťuje, jestli podnik dodržuje všechny relevantní právní normy, vyhlášky, předpisy a nařízení a svoji vnitřní směrnici</li> <li>• hlavní výhodou je jasné prokázání souladu činnosti podniku s legislativou</li> <li>• prevence placení pokut</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování podle Enviweb.cz (2014), Finance.cz (2010), TIMUR (2014), Tretiruka.cz (2014), Welford (2013)

- **Vzdělávací (edukační) nástroje**

Podstata vzdělávacích nástrojů je ve výchově k odpovědnému chování vůči životnímu prostředí. Souvisí tedy s poskytováním relevantních informací, které rozšíří znalosti člověka o environmentální problematice a poskytnou mu kvalitní informační základnu pro řešení problémů týkajících se životního prostředí. Nejběžnější edukační nástroje zahrnují:

- vzdělávací aktivity,
- kursy,
- školení,
- publikace atd. (Klášterka, Růžička, Babička a Remtová, 2007).



## 2.3 Ekologické značení jako jeden z dobrovolných nástrojů politiky životního prostředí

*„Ekoznačení (ecolabelling) je označování výrobků a služeb, které jsou v průběhu celého životního cyklu prokazatelně šetrnější nejen k životnímu prostředí, ale i ke zdraví spotřebitele.“* (CENIA, 2012a). Polášková zdůrazňuje, že ekologické značení je *„cesta, jak informovat zákazníky o environmentální kvalitě výrobků.“* (2011, s. 25)

Pokud podnik splní všechny stanovené podmínky, získá oficiální certifikát, který je důkazem, že označený výrobek nebo služba je šetrnější k životnímu prostředí než ostatní srovnatelné produkty na trhu. Stát tímto způsobem garantuje vyšší užitnou hodnotu produktu, protože splňuje kvalitativní a environmentální požadavky v souladu s mezinárodními standardy (CENIA, 2012b). Významnou výhodou tohoto dobrovolného environmentálního nástroje je jeho důvěryhodnost, které je dosaženo díky kontrole nezávislé třetí strany (CENIA, 2012d).

Název nástroje je odvozen od tzv. **ekoznačky** – jednoduchého a snadno zapamatovatelného symbolu, kterými jsou dané výrobky nebo služby označovány. Ekoznačka je přitom přínosná jak pro firmy, tak pro spotřebitele (CENIA, 2012d).

V České republice mohou podniky v rámci Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků a služeb získat ekoznačku **Ekologicky šetrný výrobek** nebo **Ekologicky šetrná služba**. Spolu s nimi lze zažádat také o certifikaci evropskou značkou **EU Ecolabel**. Všechny jsou postaveny na stejných principech. Výhoda „Květiny“/„The Flower“, jak se EU Ecolabel říká, je možnost jejího uplatnění na území celé Evropské unie (EU). Má podobu květiny s grafickými prvky symbolizujícími EU a je stejná pro výrobky i služby, zatímco pro českou modifikaci existují dvě verze, pro Ekologicky šetrný výrobek a pro Ekologicky šetrnou službu. Obě obsahují příslušný nápis a písmeno „e“ s lipovým listem (Polášková, 2011). Obr. 2 vyobrazuje grafickou podobu uvedených ekoznaček.



Obr. 2: Loga ekoznaček dostupných v České republice  
Zdroj: CENIA (2012a)

Institucí EU, která s podporou Evropské komise certifikační systém ekoznačky spravuje, je Evropská rada pro ekoznačení (EU Eco-Labeling board, EUEB). V České republice je značka v kompetenci Agentury pro ekologicky šetrné výrobky, která je součástí České informační agentury životního prostředí (Czech Environmental Information Agency, CENIA) (Polášková, 2011).

Ekoznačku lze v současnosti získat pro širokou škálu produktů. Zahrnuje více různých typů výrobků a služeb. Jedná se například o čisticí prostředky, osobní počítače, psací a kreslicí potřeby nebo tepelná čerpadla. Ze služeb jsou to například turistické ubytovací služby nebo služby v kempech či kancelářské a administrativní služby. Podmínkou certifikace je dobrovolné splnění stanovených požadavků včetně přísných ekologických kritérií. Všechny údaje musí být řádně doloženy (CENIA, 2012c).

### Historie ekoznačení

V roce 1978 vznikl ve Spolkové republice Německo první systém ekoznačení na světě (ekoznačka Der Blaue Engel – Modrý anděl). Certifikační program zaznamenal velký úspěch a rychle se rozšiřoval. V jiných zemích se začaly objevovat obdobné programy (CENIA, 2012d). Pro roky 1992 až 2002 byl stanoven Pátý environmentální akční program Evropské unie, zaměřený na problematiku udržitelného rozvoje, který se stal jedním z klíčových cílů EU. V jeho rámci byla v souladu s legislativou navržena řada environmentálních nástrojů. Kromě environmentálních daní a auditu se jednalo například o environmentální management a systém ekoznačení (Brady, 2011). Na základě Nařízení

Rady Evropského hospodářského společenství č. 880/92 z 23. března 1992 tak vznikl certifikační systém ekologického označování EU. O rok později, na popud Ministerstva životního prostředí a Ministerstva průmyslu a obchodu, vláda ČR souhlasila se vznikem certifikačního programu s ekologickou ochrannou známkou. Byl vyhlášen 14. dubna 1994 na základě Vládního usnesení č. 159 ze 7. dubna 1993. V souvislosti se vstupem České republiky do Evropské unie byl program rozšířen o udělování Ekoznačky EU (EU Ecolabel, „Květina“/„The Flower“) (CENIA, 2012d).

V současné době existují ve světě různé typy systémů ekoznačení. 26 z nich sdružuje nezisková asociace The Global Ecolabelling Network (GEN, 2015b). Kromě zmiňovaných evropských certifikací (česká Ekologicky šetrný výrobek/služba, EU Ecolabel) fungují v rámci GEN další programy z celého světa. Například ve Spojených státech amerických je to Green Seal nebo ECOLOGO, v Japonsku existuje program Eco Mark. Mezi zapojené země se dále řadí například Německo, Ukrajina, Austrálie, Čína, Filipíny, Brazílie nebo Izrael (GEN, 2015a).

V České republice se pak lze nejčastěji setkat s německým Modrým andělem (Der Blaue Engel), skandinávskou Severskou labutí (Svanen) nebo slovenskou značkou Environmentálne vhodný produkt (CENIA, 2012c). Příklady zahraničních ekoznaček jsou vidět na obr. 3.



Obr. 3: Loga zahraničních ekoznaček – německé a skandinávské  
Zdroj: Paint Quality Institute (2013)

### 2.3.1 Význam ekoznačky pro producenty

Jedním z předpokládaných přínosů pro podnik je využitelnost ekoznačky jako součásti jeho marketingové strategie. Výše zmíněný trend se totiž projevuje také v tom, jak lidé vnímají vztah podnik – životní prostředí. Touto problematikou se mimo jiné zabýval například průzkum, který v listopadu loňského roku dokončila agentura Ipsos (přední agentura pro výzkum trhu a veřejného mínění v ČR). Předmětem průzkumu s názvem CSR Research 2014 byla problematika CSR, tedy i oblast vztahu podniku a životního prostředí. Průzkum probíhal v rámci České republiky, data byla sesbírána od českých respondentů se zaměřením na podniky provozující svoji činnost v tuzemsku. Výsledky poukázaly na to, že respondenti očekávají v rámci společenské odpovědnosti firem především aktivity v environmentální oblasti. Češi považují za důležité, aby podniky chránily životní prostředí a snižovaly negativní dopady své činnosti na přírodu. Dalšími silně vnímanými faktory byly zajištění bezpečnosti zaměstnanců a dlouhodobě pravdivá komunikace se zákazníky (Horáková, 2015; Ipsos, 2015). Dílčí výsledky průzkumu jsou uvedeny v tab. 3.

Tab. 3: Dílčí výsledky průzkumu CSR Research 2014

Dílčí kritéria průzkumu	Podíl respondentů, kteří se ztotožňují s daným kritériem (v %)
Ochota připlatit si za „odpovědný“ produkt (úsporný, recyklovaný, biopotravina)	67
Důležitost CSR při nákupu	71
Důležitost CSR v zaměstnání (pro ekonomicky aktivní osoby)	85

Zdroj: vlastní zpracování podle Horáková (2015)

Podnik, jehož produkt je oceněn ekoznačkou, může tento oficiální a důvěryhodný certifikát použít jako jeden z ústředních prvků své marketingové strategie. Například propagace ocenění prostřednictvím různých forem reklamy se dále může projevit ve zlepšení image podniku. Ekoznačka může být využita výrobcí a poskytovateli služeb i jako nástroj posílení značky.

Ekologické značení představuje také nástroj konkurenčního boje, konkurenční výhodu. Firma, která ho používá, své produkty od konkurenčních viditelně odlišuje. Pro stávající i potenciální zákazníky to znamená jednodušší orientaci na trhu z hlediska šetrnosti

produktů k životnímu prostředí. Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem je relevantní zmínit jako očekávaný přínos zisk nových zákazníků.

V České republice je držitelům ekoznačky umožněno zařadit se mezi prioritní dodavatele všech organizací, které používají systém zelených zakázek. Tzv. zelené nakupování ve veřejných institucích je v ČR podporováno Usnesením vlády č. 465/2010. Ekologické nevládní organizace navíc spotřebitelům certifikované produkty různými způsoby doporučují (CENIA, 2012b).

Ekologická certifikace, jako součást environmentální odpovědnosti podniku, se může stát výrazným prvkem firemní kultury. Očekávaným přínosem je větší ztotožnění se interních zainteresovaných stran, hlavně zaměstnanců, s environmentálními zásadami a cíli stanovenými na celopodnikové úrovni.

Jedním ze způsobů, jak zvýšit hospodářský výsledek podniku, je minimalizace nákladů. V tomto ohledu představuje ekoznačka účinný nástroj. Její držitel totiž musí splňovat přísná environmentální kritéria. To je záruka, že podnik funguje v souladu se zásadami omezení spotřeby energie, vody apod. Ve střednědobém a dlouhodobém časovém horizontu může takový přístup znamenat výrazné uspoření především provozních nákladů.

Kromě výše popsaných očekávaných přínosů může zavedení ekoznačky znamenat pro podnik i další výhody. Například spolupráci s novými dodavateli, posílení vztahů s těmi stávajícími, kladnou publicitu (novinové články, reportáže) a další.

Přehled předpokládaných přínosů napomáhá k vysvětlení aktuálního zájmu o ekoznačku ze strany firem. Nejnovější statistiky (duben 2015) uveřejněné Evropskou komisí potvrzují zvyšující se počet ekologicky certifikovaných produktů. V období od září roku 2014 do konce prvního čtvrtletí následujícího roku vzrostl jejich počet o cca 1,8 %, viz tab. 4 (European Commission, 2015a).

Tab. 4: Nárůst produktů s certifikací EU Ecolabel v období září 2014 – březen 2015

Datum zaznamenání stavu	Počet výrobků a služeb s certifikací EU Ecolabel
Září 2014	43 287
Březen 2015	44 051
<b>Nárůst</b>	<b>764</b>

Zdroj: vlastní zpracování podle European Commission (2015a)

### 2.3.2 Proces získání ekoznačky

Diplomová práce se v dalších kapitolách zaměřuje na ekologické značení pro služby. Získání certifikace Ekologicky šetrná služba/EU Ecolabel předchází několik kroků znázorněných v následujícím schématu na obr. 4.



Obr. 4: Schéma procesu získání ekoznačky

Zdroj: vlastní zpracování podle CENIA (2012b)

Popis jednotlivých kroků:

#### 1. Výběr ekoznačky

V případě firmy poskytující služby přichází v úvahu Ekologicky šetrná služba a EU Ecolabel. Lze využít pouze českou verzi, pouze evropskou nebo obě zároveň. Záleží na tom, zda se podnik orientuje na domácí trh nebo i na zahraniční. Pokud by působil

pouze na území České republiky, byla by vhodná volba Ekologicky šetrná služba. Jestliže ale své služby poskytuje i v zahraničí, určitě je výhodné zažádat si o evropskou verzi. Podstatný je fakt, že české modifikace ekoznačky jsou s tou evropskou harmonizovány. To znamená, že pokud podnik splňuje kritéria podmiňující udělení české certifikace, zároveň je oprávněn žádat i o EU Ecolabel. Rozdíl je pouze v poplatcích za jednotlivé verze (CENIA, 2012b).

## **2. Ověření produktové skupiny, do které spadá daná služba**

Česká informační agentura životního prostředí (CENIA) uvádí na svých webových stránkách seznam produktových skupin a technických směrnic obsahujících všechna povinná i volitelná kritéria nutná k udělení české modifikace značky. Co se týká evropské EU Ecolabel, všechny kategorie služeb i s požadavky jsou dostupné na webových stránkách programu Ekoznačení EU. Může se ovšem stát, že daná služba nespadá do již existující kategorie. V takovém případě lze podat návrh na zařazení nové produktové skupiny do Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků a služeb (CENIA, 2012b).

## **3. Zjištění licenčních poplatků spojených se získáním a využíváním vybrané ekoznačky**

Pro všechny tři ekoznačky jsou stanoveny základní registrační poplatky v různých výších. Za značky Ekologicky šetrná služba a EU Ecolabel se platí ještě roční poplatky, za Ekologicky šetrný výrobek nikoliv. Za určitých podmínek lze z daných částek uplatnit slevy. Záleží na velikosti podniku a také na tom, zda využívá i jinou formu dobrovolného nástroje ochrany životního prostředí (CENIA, 2012b). Konkrétní částky a podrobnosti obsahují následující tabulky tab. 5 a tab. 6.

Tab. 5: Přehled poplatků za české verze ekoznačky (platný k 25. 4. 2015)

Druh žadatele	Ekologicky šetrný výrobek			Ekologicky šetrná služba	
	Registrační poplatek	Roční poplatek	Prodlužovací poplatek	Registrační poplatek	Roční poplatek
<i>Mikropodniky</i>	10 000 Kč	-	první prodloužení licence zdarma, každé další za 2 000 Kč	5 000 Kč	2 500 Kč
<i>Malé a střední podniky</i>	15 000 Kč	-			
<i>Podniky certifikované dle EMAS, ISO 14001, CP, držitelé ekoznačky typu I</i>	17 000 Kč	-			
<i>Ostatní (základní sazba poplatku)</i>	20 000 Kč	-		10 000 Kč	5 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování podle CENIA (2012b)

Tab. 6: Přehled poplatků za ekoznačku EU Ecolabel (platný k 25. 4. 2015)

Druh žadatele	EU Ecolabel	
	Registrační poplatek	Roční poplatek
<i>Mikropodniky</i>	6 750 Kč	3 750 Kč
<i>Malé a střední podniky a hospodářské podniky z rozvojových zemí</i>		11 250 Kč
<i>Podniky certifikované dle EMAS</i>	6 300 Kč	-
<i>Podniky certifikované dle ISO 14001</i>	7 650 Kč	-
<i>Ostatní (základní sazba poplatku)</i>	9 000 Kč	15 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování podle CENIA (2012b)

#### 4. Zajištění dokumentace a dokladů o plnění jednotlivých kritérií pro danou produktovou skupinu

Žadatel musí obstarat doklady o splnění každého kritéria z technické směrnice. Dále je nutno vyplnit přihlášku a popřípadě další dokumenty. CENIA poskytuje při vyřizování dokladů telefonickou pomoc, samozřejmě se lze s jejími zaměstnanci spojit také e-mailem a dokonce i v rámci osobního setkání (CENIA, 2012b).



## **5. Zaslání kompletní dokumentace a přihlášky na adresu CENIA**

### **6. Posouzení přihlášky**

Po přijetí dokumentace se zahajuje řízení o udělení ekoznačky. Pro českou verzi trvá posuzování splnění podmínek nejdéle 30 dní a pro evropskou EU Ecolabel nejdéle 60 dnů. Celý proces se může prodloužit, pokud bude zjištěno, že některé potřebné podklady chybí. V případě zamítnutí žádosti CENIA oznámí žadateli negativní rozhodnutí s odůvodněním (CENIA, 2012b).

### **7. Uhrazení registračního poplatku, vystavení certifikátu, uzavření licenční smlouvy**

V případě kladného vyhodnocení žádosti CENIA podnik informuje a vyzve k uhrazení příslušných poplatků. Po zaplacení vystaví certifikát o udělení ekoznačky a poskytne firmě logo s registračním číslem. Následně se uzavře licenční smlouva o právu užívat ekoznačku. Platnost smlouvy je stejná jako platnost kritérií dané produktové skupiny. V případě prodloužení platnosti smlouvy musí podnik zaslat žádost a doklady o splnění revidované verze kritérií (CENIA, 2012b).

### **2.3.3 Ekologické značení pro poskytovatele služeb**

V posledních letech byla většina ekoznaček udělována spotřebnímu zboží. Kromě výrobků mají ale na životní prostředí negativní vliv i služby. Mnohé studie poukazují, že služby v oblasti cestovního ruchu velkou měrou zatěžují životní prostředí. Jedním z důvodů je komplexnost této oblasti – zahrnuje spoustu činností na různých místech. Příkladem je doprava, která je nezbytnou součástí turismu. Dále se jedná o to, že kvůli zpřístupnění odlehlých míst turistům dochází k poškozování krajiny, čerpání přírodních zdrojů apod. Situaci mnohdy zhoršuje nezodpovědné chování turistů, kteří nerespektují zásady ochrany životního prostředí (Andrei, Chiritescu a Gogonea, 2013).

Existuje celá škála typů turistických ubytovacích zařízení, která více či méně ovlivňují životní prostředí. Vyznačují se například velkou spotřebou vody, energií, ničením okolní přírody nebo velikou produkcí odpadu. Evropská komise se proto rozhodla, že by měla existovat možnost ekologické certifikace takových služeb. Vznikla tak kritéria, která musí

být daným ubytovacím zařízením pro získání ekoznačky splněna. Usilovat o ni můžou provozovatelé hotelů a penzionů, kempů a dalších typů ubytování. V České republice mohou být ubytování pro turisty označena ekoznačkami Ekologicky šetrná služba a EU Ecolabel. „Květina“ nebo její česká modifikace prokazuje, že označené ubytovací zařízení respektuje životní prostředí – chová se odpovědně k okolní krajině, využívá obnovitelné zdroje, neplýtvá energiemi a vodou a proškoluje personál o problematice ochrany životního prostředí. Současně poskytuje kvalitní ubytovací služby (Petrová, 2007).

### Základní dokumenty pro vybrané kategorie služeb

Pro podnikatelské jednotky nabízející služby turistických ubytování existují dvě technické směrnice, kterými se subjekty musí řídit, pokud usilují o udělení ekoznačky:

- Technická směrnice č. 42 – 2013, pro služby v kempech,
- Technická směrnice č. 43 – 2013, pro ubytovací služby pro turisty.

Diplomová práce se v dalších částech zaměřuje na podnik, který je provozovatelem kempu. Proto se následující text zabývá Technickou směrnicí č. 42 – 2013, pro služby v kempech.

V úvodu dokumentu je napsáno, že Národní program označování ekologicky šetrných výrobků a služeb stanovil požadavky a kritéria s cílem snížit hlavní dopady na životní prostředí plynoucí ze tří fází životního cyklu služby. Jsou to: nákup, poskytování služby a odpady. Směrnice tedy podporuje 5 hlavních bodů:

- omezování spotřeby energie,
- omezování spotřeby vody,
- omezování produkce odpadu,
- využívání obnovitelných zdrojů a látek, které znamenají menší nebezpečí pro životní prostředí,
- komunikace a vzdělávání v environmentální oblasti (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Technická směrnice je v souladu s Nařízením Evropského parlamentu a Rady č. 66/2010 ze dne 25. listopadu 2009 o ekoznačce EU. Jednotlivá kritéria jsou harmonizována s Rozhodnutími EU (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013). Dalšími obsaženými údaji

jsou ostatní podrobnosti o vymezení dané kategorie, ale především základní a specifické požadavky a způsoby prokázání jejich splnění.

### **Základní požadavky**

Základní požadavky mají obecný charakter, odvíjejí se od platné legislativy. Žadatel o udělení ekoznačky musí splňovat zákonné předpisy v oblasti ochrany životního prostředí, a to především:

- zákon č. 201/2012 Sb., o ochraně ovzduší, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 254/2001 Sb., o vodách, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech, ve znění pozdějších předpisů (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Dále je nutné splňovat platné technické, zdravotní, bezpečnostní, hygienické a jiné předpisy určené pro daný typ poskytovaných služeb. Potenciální uživatel ekoznačky musí:

- provozovat činnost legálně a být zaregistrován podle požadavků státních a místních právních předpisů;
- zaměstnávat personál podniku legálně a pojistit ho;
- mít stavební konstrukce postaveny legálně s ohledem na všechny zákony a místní předpisy;
- používat stavební konstrukce fungující v souladu s právními předpisy týkajícími se bezpečnostních a zdravotnických nařízení, oprav a údržby, sběru a zneškodňování odpadů, úspor energie a vodních zdrojů, zneškodňování odpadních vod (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

### **Specifické požadavky – environmentální kritéria**

Environmentální kritéria jsou rozdělena do dvou kategorií:

- povinná,
- volitelná (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Povinná kritéria musí žadatel splňovat bezpodmínečně všechna. Je jich celkem 30. Ve třetí kapitole diplomové práce jsou všechna uvedena v rámci hodnocení možností zisku ekoznačky vybraným podnikem (tab. 10) (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Podmínky plnění volitelných kritérií jsou odlišné od povinných. Technická směrnice obsahuje 67 volitelných kritérií, z nichž je každému přisouzena určitá bodová hodnota. Pro možnost udělení ekoznačky je nutné získat alespoň minimální požadovaný počet bodů. Přitom nezáleží na množství nebo zaměření daných kritérií. Bodový limit se navíc liší podle toho, zda kemp nabízí i jiné typy ubytování (např. bungalovy apod.). Pokud ano, minimální bodová hranice se zvyšuje. Technická směrnice dále stanovuje, že se požadovaný počet bodů zvýší o 3 body za každou z doplňkových služeb, které jsou nabízeny pod správou nebo ve vlastnictví kempu. Jedná se o:

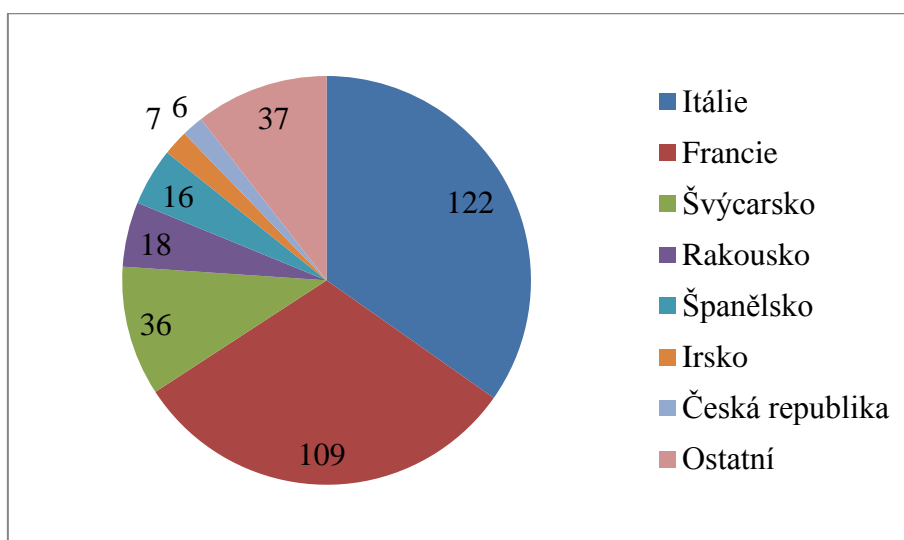
- stravovací služby,
- rekreační/tělovýchovné aktivity (zahrnují např. služby sauny, bazénů, fitcentra apod.),
- zelené/venkovní plochy, pokud se nejedná o stavební součást kempu a jsou volně přístupné návštěvníkům, např. parky, lesy, zahrady (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

### **2.3.4 Možnosti ekologického označování služeb**

Ve druhé kapitole diplomové práce jsou kromě evropské EU Ecolabel a českých ekoznaček zmíněny i programy ekologických certifikací např. v Severní Americe nebo v Japonsku. Společnosti provozující turistická ubytování mají i další možnosti, jak své služby označovat jako „ekologické“. V rámci celého světa funguje například poměrně známé označení Green Key. Jedná se o globální nezávislý program podporovaný Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO – The United Nations World Tourism Organisation) a Programem Organizace spojených národů (OSN) pro životní prostředí (UNEP – The United Nations Environment Programme) (Green Key, 2015b). Green Key propaguje udržitelný turismus a označuje ubytovací zařízení fungující na jeho principech. Aktuálně je v této kategorii největším globálním programem na světě. Označení Green Key už bylo uděleno více než 2 300 hotelům a dalším ubytováním ve 47 zemích po celém světě (Green Key, 2015a). Nejen ve státech, kde není zaveden systém v rámci GEN, může Green Key sloužit jako dobré vodítko k výběru ekologického ubytování. Například ve Spojených arabských emirátech existuje 24 oceněných hotelů (Green Key, 2015c).

## Ekologicky certifikované ubytovací služby v Evropské unii

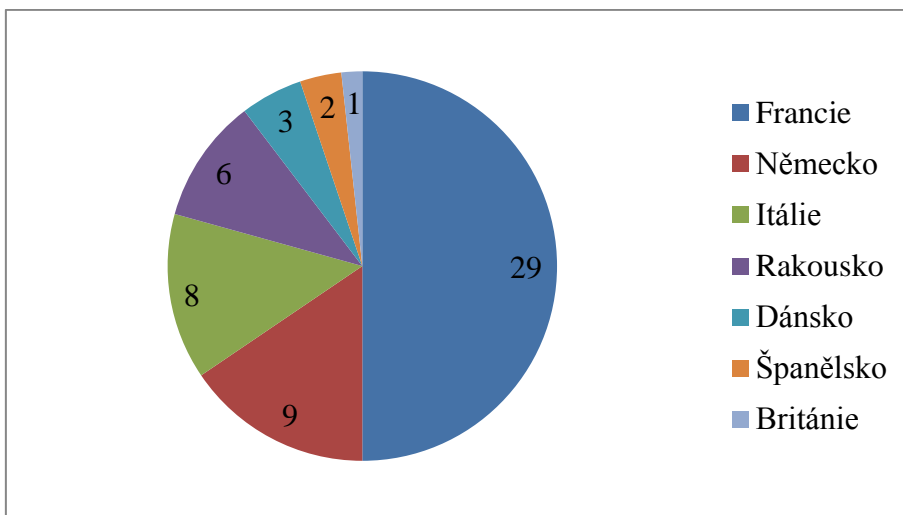
V Evropské unii je na trhu v současné době nabízeno cca 44 000 výrobků a služeb nesoucích označení EU Ecolabel (European Commission, 2015a). Současně je držitelem evropské „The Flower“ celkem 409 ubytování pro turisty. Z toho 351 spadá do kategorie Ubytovací služby pro turisty a 58 do kategorie Služby v kempech (European Commission, 2015b). Ubytovací služby pro turisty zahrnují hotely, penziony, hostely a další podobná zařízení. Co se týká zastoupení platných ekoznaček v jednotlivých státech, dominantní je v tomto ohledu Itálie se 122 certifikovanými turistickými ubytováními. Následuje ji Francie (European Commission, 2015b). Podíl dalších států znázorňuje graf na obr. 5.



Obr. 5: Počet platných EU Ecolabel v kategorii Ubytovací služby pro turisty v evropských státech  
Zdroj: vlastní zpracování podle European Commission (2015b)

Položka *ostatní* zahrnuje státy, ve kterých jsou maximálně čtyři oceněná zařízení. Patří mezi ně například Rumunsko nebo Malta. Česká republika je s šesti certifikacemi mezi státy Evropské unie na sedmém místě (European Commission, 2015b).

Druhá kategorie – Služby v kempech – zahrnuje kempy a autokempy, jejichž součástí jsou v některých případech i jiné typy turistických ubytování (např. bungalovy apod.). Z celkových 58 oceněných zařízení se polovina – 29 – nachází ve Francii. Druhým státem v pořadí je Německo – viz obr. 6. Česká republika v této kategorii nemá aktuálně žádného zástupce (European Commission, 2015b).



Obr. 6: Počet platných EU Ecolabel v kategorii Služby v kempech v evropských státech  
Zdroj: vlastní zpracování podle European Commission (2015b)

### Ekologicky šetrné služby v České republice

V současné době je na českém trhu 1536 produktů certifikovaných ekoznačkou Ekologicky šetrný výrobek/služba a/nebo EU Ecolabel. Pouze v jedenácti případech se jedná o služby – konkrétně jde o devět firem, které získaly šest evropských EU Ecolabel a pět ekoznaček Ekologicky šetrná služba. Byly uděleny ve dvou kategoriích:

- Ubytovací služby pro turisty,
- Kancelářské a administrativní služby (CENIA, 2015).

Obě kategorie mají stanovená kritéria nutná pro splnění podmínek certifikace. Ta musí odpovídat aktuální situaci v daném odvětví a technologickým možnostem. Jsou proto pravidelně revidována a upravována, aby udělená ekoznačka zachovávala stanovený standard. V případě turistických ubytovacích zařízení a kempů došlo v roce 2010 ke zpřísnění původních požadavků. Zejména se jednalo o využívání obnovitelných zdrojů energie, zefektivnění systému vytápění a klimatizace a zlepšení izolace oken. Licenci si v té době obnovily čtyři firmy z původních deseti držitelů (Hrubý, 2010).

Na počátku své existence byla ekoznačka Ekologicky šetrná služba určena především pro turistická ubytovací zařízení a kempy. Prvním subjektem, který byl oprávněn užívat tuto certifikaci, byl hotel Adalbert, nacházející se v areálu Břevnovského kláštera v Praze.

V roce 2006 získal kromě toho také ekoznačku Evropské unie. Hotel je považován za průkopníka odpovědného chování v oblasti služeb (Hotel Adalbert, 2014). V následujících letech se k prvnímu prokazatelně ekologickému hotelu v ČR přidala další ubytovací zařízení pro turisty – hotely, penziony, ale také kemp nebo hostel (CENIA, 2015).

V roce 2010 byla ekologická značka Ekologicky šetrná služba udělena společnosti Vodafone, konkrétně její pražské centrále – pro administrativní provoz. Vodafone je první velkou firmou, která ekoznačku v této oblasti získala. Oficiálně tak mohla a i v současnosti může prezentovat své odpovědné chování vůči životnímu prostředí. Pro udělení ekoznačky pro provoz kancelářských a administrativních prostor bylo nutné splnit řadu kritérií, týkajících se například omezování spotřeby energie a vody, odpadů, dále využívání obnovitelných zdrojů, společenské odpovědnosti firmy nebo pozitivního ovlivňování svého okolí odpovědným chováním k životnímu prostředí. Vodafone Česká republika je navíc první firmou skupiny Vodafone, která získala takový certifikát (Vodafone, 2010).

Na začátku roku 2015 se česká centrála firmy přestěhovala do jiné části Prahy, do budovy City West, vyznačující se šetrností k životnímu prostředí a výraznou energetickou úsporností. Nové sídlo je ještě více ekologické. Díky výraznému snížení energetické náročnosti firma získala certifikaci LEED (Leadership in Energy & Environmental Design, mezinárodně uznávaná značka kvality zaměřená na šetrnost budov vůči zdraví lidí a životnímu prostředí) (CZGBC, 2015). Budova oproti velikostně srovnatelným objektům spotřebuje pouze cca třetinu energie. To se odráží ve velkém snížení provozních nákladů (Hergesell, 2015).

Druhou firmou z kategorie Kancelářské a administrativní služby je pražská advokátní kancelář Jasanská & Co. Na webových stránkách společnosti je zdůrazněno, že v současné době jsou ekoznačky stále populárnější a oceňovanější zákazníky nakupujícími různé druhy výrobků a služeb. Společnost, která je sama takto certifikovaná, nabízí právní poradenské služby ostatním firmám, které o získání ekoznačky mají zájem (Jasanská & Co, 2015).

Kromě dvou výše uvedených společností, jsou držitelé ekoznačky pro služby v České republice pouze poskytovatelé ubytovacích služeb pro turisty. Ochrannou známku Ekologicky šetrná služba nebo EU Ecolabel používá celkem 7 ubytovacích zařízení:

- hotel Adalbert,
- Chateau Mcely,
- Hotel Adria Praha,
- Plaza Alta Hotel,
- hotel Jurys Inn Prague,
- hostel Mosaic House,
- Centrum Veronica Hostětín.

Ze stávajících sedmi je šest držitelem známky EU Ecolabel. Tab. 7 uvádí, jaký typ ekoznačky každá oceněná společnost používá (CENIA, 2015).

Tab. 7: Ubytovací zařízení pro turisty v ČR oceněná ekoznačkou

Typ ubytování	Název	Místo	Ekologicky šetrná služba	EU Ecolabel
hotel	Adalbert	Praha	✓	✓
hotel	Chateau Mcely	Mcely	✗	✓
hotel	Adria	Praha	✗	✓
hotel	Plaza Alta Hotel	Praha	✗	✓
hotel	Jurys Inn Prague	Praha	✗	✓
hostel	Mosaic House	Praha	✓	✓
penzion (součást centra)	Centrum Veronica Hostětín	Hostětín	✓	✗

Zdroj: vlastní zpracování podle CENIA (2015)

Poznámka: význam použitých symbolů:

- ✓ ubytovací zařízení je držitelem dané ekoznačky
- ✗ ubytovací zařízení není držitelem dané ekoznačky

Pražský hostel Mosaic House společnosti Williams Hotel, s. r. o. představuje dobrý příklad toho, jak lze sladit komfortní prostředí pro různé typy klientů a originální design s ekologicky šetrným fungováním. Zrekonstruovaná historická budova z 30. let 20. století nabízí ubytování několika kategorií – od čtyřhvězdičkových privátních pokojů až po cenově výhodné sdílené pokoje s více lůžky. Technologie používané v hostelu jsou



zaměřeny především na minimalizaci energetické náročnosti a na předcházení plýtvání se zdroji – hlavně s vodou (Mosaic House, 2013a).

Firma v pražském hostelu zavedla recyklační systém Pontos, který filtruje odpadní vodu ze sprch a umyvadel, která se tak znovu využívá na splachování toalet. Kromě toho se z odpadní vody získává teplo pro další použití. Hostel tak díky této moderní technologii dosahuje úspor ve spotřebě vody ve výši 30 % a ve spotřebě tepla 16 %. Snížení provozních nákladů je výrazné, přitom doba návratnosti investice je menší než 6 let. Filosofie hostelu zahrnuje také vzdělávat své klienty v oblasti ochrany životního prostředí a nabádat je k šetrnému využívání přírodních zdrojů (Mosaic House, 2013a).

Mosaic House získal, nejen za systém šedé vody (další využívání odpadní vody), nemalý počet certifikátů a ocenění. Například se několikrát umístil na předních příčkách různých žebříčků kvality známého amerického webu TripAdvisor. Tyto internetové stránky navštěvují miliony lidí za účelem získání nezávislých recenzí hotelů, penzionů, kempů apod. TripAdvisor je populární zdroj informací při výběru místa pobytu v zemích po celém světě. Pozitivní hodnocení tak mohou mít dopad na návštěvnost určitého ubytování a následně samozřejmě na zvýšený obrat firmy (Mosaic House, 2013b).

## **3 Analýza a zhodnocení současného stavu ve vybraném podniku**

Diplomová práce se zabývá environmentální odpovědností akciové společnosti Kristýna a.s. Jedná se o podnik poskytující služby v oblasti turismu. Provozuje Autokemp Kristýna.

### **3.1 Charakteristika společnosti Kristýna a.s.**

Společnost Kristýna a.s. byla založena 12. května roku 1992. Zápis v obchodním rejstříku je veden krajským soudem v Ústí nad Labem. Sídlo firmy je severočeské město Hrádek nad Nisou. Předmětem podnikání jsou následující činnosti:

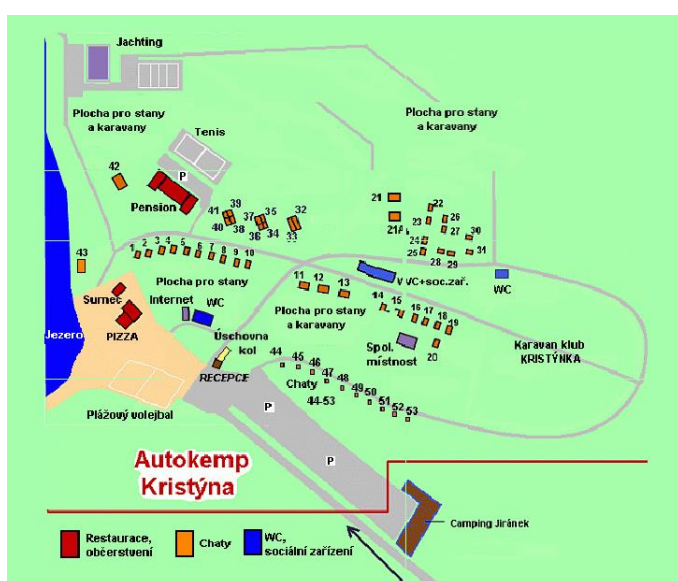
- ubytovací služby,
- provoz parkovišť a pláží,
- pronájem nebytových prostor a pozemků,
- maloobchod provozovaný mimo řádné provozovny.

Statutárním orgánem akciové společnosti je představenstvo sestávající se ze tří osob, jednoho předsedy a dvou členů. Kontrolním orgánem je dozorčí rada skládající se, stejně jako statutární orgán, z předsedy a dvou členů. Základní kapitál podniku je 7 330 000,- Kč. Je rozložen na 733 ks akcií na jméno ve jmenovité hodnotě 10 000,- Kč. Jedná se o akcie listinné, kmenové. 100 % základního kapitálu je splaceno. Stoprocentním vlastníkem společnosti je město Hrádek nad Nisou.

#### Nabízené služby – Autokemp Kristýna

Společnost Kristýna a.s. provozuje nedaleko centra města Hrádek nad Nisou autokemp Kristýna. Areál se nachází v těsné blízkosti stejnojmenného jezera a je prakticky součástí březového lesa okolo břehů vodní plochy (Autokemp Kristýna, 2015a).

Rekreační areál zahrnuje ubytování v chatách s různou kapacitou (celkem 204 lůžek), v penzionu (45 lůžek) a ve vlastních karavanech a stanech (Autokemp Kristýna, 2015d). Součástí areálu jsou tři budovy se sociálním zařízením, které jsou dostupné také pro handicapované návštěvníky. Dále je k dispozici kuchyňka se základním vybavením a v červenci a srpnu také malý obchod s potravinami a smíšeným zbožím. Zájemci mohou využít půjčovnu sportovního vybavení, jejíž součástí je i úschovna kol. Možnost internetového připojení je samozřejmostí (Autokemp Kristýna, 2015b). Areál je zobrazen na obr. 7 níže.

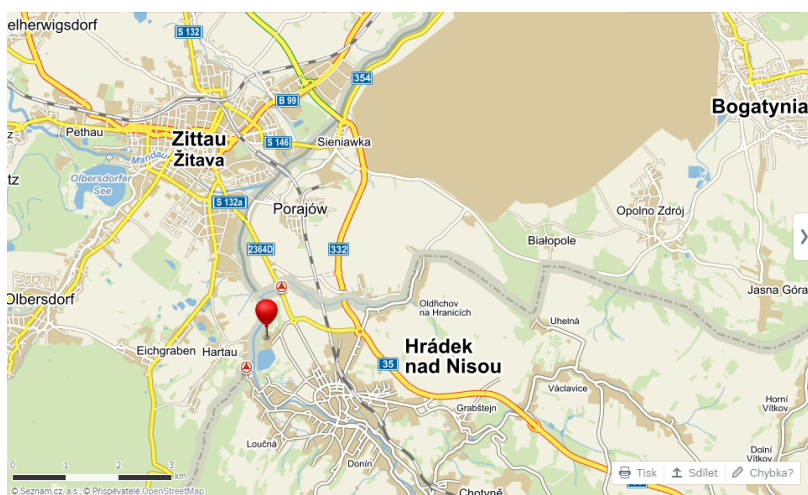


Obr. 7: Plán Autokempu Kristýna  
Zdroj: Autokemp Kristýna (2015a)

Velkou konkurenční výhodou autokempu je jednoznačně jezero Kristýna. Díky tomu, že obsahuje podzemní vodu, je v každém ročním období čisté. Vodní plocha je velká cca 14 hektarů a největší hloubka je 28 metrů. Poloha jezera uprostřed klidné zelené plochy umožňuje provoz písčitých a travnatých pláží. Bezpečnost klientů je pro vedení společnosti (a zároveň autokempu) prioritou. Proto na svých internetových stránkách uveřejňují výsledky kontrol nezávadnosti vody, které provádí Krajská hygienická stanice Liberec každých 14 dní. Kromě koupání umožňuje jezero širokou nabídku dalšího sportovního vyžití, jako je surfing, aquazorbing, plavba na lodi apod. S příslušným povolením lze i rybařit. Součástí areálu jsou také další vhodná místa na sportování, např. na plážový volejbal, tenis, kolečkové brusle, skupinová cvičení (zumba, pilates),

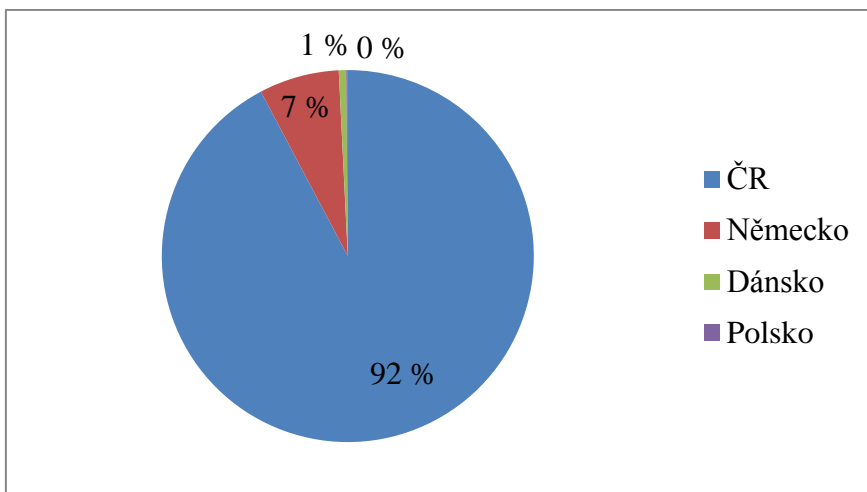
atrakce pro děti. Velmi populární je lanové centrum (Autokemp Kristýna, 2015c). Co se týká stravovacích služeb, v areálu jsou k dispozici tři restaurace (jedna je součástí penzionu) a čtyři menší občerstvení. Všechna zařízení fungují na principu pronájmu soukromým subjektům.

Autokemp Kristýna se nachází zhruba 2 km od centra města Hrádek nad Nisou, nazývaného jako „Město v srdci Trojzemí“. Jméno vyjadřuje fakt, že leží v severních Čechách v blízké vzdálenosti od německých i polských hranic.



Obr. 8: Poloha Autokempu Kristýna  
Zdroj: Mapy.cz (2015)

Červený bod na mapě na obr. 8 označuje, kde leží Autokemp Kristýna. Díky umístění areálu v „Trojzemí“ tvoří část klientely také obyvatelé Německa a Polska. Počet návštěvníků našich severovýchodních sousedů ale v posledních letech zaznamenal pokles. Areál navštěvovali hojně v minulosti. Důkazem je statistika návštěvnosti autokempu ve třetím čtvrtletí roku 2013. Počet turistů z Polska byl pouhých 9 (cca 0,13 %), počet přenocování 36. Hostů z Německa bylo výrazně více. Kromě toho do kempu přijeli turisté z Dánska. Graf na obr. 9 vyjadřuje procentní zastoupení klientů podniku Kristýna a.s. podle národnosti.



Obr. 9: Přehled klientů podniku Kristýna a.s. podle národnosti (v %)

Zdroj: vlastní zpracování podle interních materiálů společnosti Kristýna a.s.

### Cílové skupiny zákazníků společnosti

Autokemp Kristýna je orientován především na letní sezónu. Nejvíce návštěvníků přijíždí v období od května do září. Ubytování v areálu je možné také mimo sezónu – se slevou 30 až 50 % (Autokemp Kristýna, 2015a). Někteří hosté zde například oslavují příchod nového roku. Cílovou skupinou společnosti jsou zejména rodiny s dětmi. Kromě nich jsou dalšími zákazníky organizované skupiny žáků a studentů a turisté z tuzemska i ze zahraničí. Mimo sezónu mají o areál zájem hlavně školy, různé kluby, ale také podniky. Organizují zde firemní akce. Rekreační areál je využíván i za účelem konání sportovních soutěží (např. potápěči, kynologové, jachetní oddíl). Kromě toho se zde uskutečňují také různá setkání podnikatelů, kulturní akce apod.

### Personální zdroje

Vedoucí funkci v autokempu zastává předseda představenstva společnosti. Celoročně jsou na plný pracovní úvazek zaměstnány tři zaměstnankyně. Jedna účetní a dvě provozní. Od května do září je provoz zajišťován hlavně brigádnicky.

## Hospodaření podniku

V roce 2013 dosáhla společnost Kristýna a.s. hospodářského výsledku – zisku před zdaněním – ve výši 116 790, 28 Kč. Při daňové povinnosti k dani z příjmů právnických osob ve výši 25 270 Kč, činil čistý zisk podniku za rok 2013 91 520,28 Kč. Z čistého zisku vykázaného v řádné účetní závěrce muselo být podle stanov společnosti odvedeno 7 % do rezervního fondu. Zbylá část byla určena pro další rozvoj společnosti.

### **3.2 Zhodnocení systému environmentálního managementu v podniku**

Kristýna a.s. provozuje autokemp v přírodním prostředí, které je tak větší či menší měrou činností společnosti poznamenáno. Zasaženy jsou okolní lesy, porosty, jezero, půda nebo ovzduší. Činnost podniku Kristýna a.s. se z environmentálního hlediska projevuje především v následujících oblastech:

- změna rázu okolní krajiny,
- spotřeba energie,
- spotřeba vody,
- produkce odpadu,
- znečišťování okolí nebezpečnými látkami,
- znečišťování ovzduší dopravními prostředky,
- poškozování přírody návštěvníky.

Vedení i členové personálu nejsou k dopadům činnosti podniku na životní prostředí lhostejní. Jsou si jich vědomi a o environmentální problematiku se zajímají. Dokazují to například realizovaná opatření vedoucí k minimalizaci spotřeby vody nebo jiné aktivity. Tyto postoje, prováděná opatření nebo budoucí environmentální cíle ale nejsou ve firmě nijak formalizované. Podnik nemá vymezenou environmentální strategii. Systém managementu firmy respektuje vybrané zásady ochrany životního prostředí, environmentální oblast řízení ale není formálně stanovená.

Kromě toho nemá společnost Kristýna a.s. vymezené i další prvky strategického řídicího procesu. Podnik nemá veřejně komunikovatelnou vizi ani misi, od kterých by se mohly odvíjet její strategické cíle (finanční, sociální, environmentální atd.). Tyto nedostatky ale na druhou stranu skýtají příležitost pro stanovení daných prvků strategického řídicího procesu tak, aby byly logicky propojené a vytvořily formální rámec environmentální odpovědnosti podniku. Jak již bylo uvedeno výše, podnik Kristýna a.s. usiluje o snižování negativních dopadů na životní prostředí. Svůj odpovědný přístup může formalizovat a oficiálně prezentovat pomocí dobrovolného nástroje na ochranu životního prostředí.

Druhá kapitola diplomové práce obsahuje přehled vybraných dobrovolných nástrojů. Z nich bylo pro podnik Kristýna a.s. zvoleno environmentální značení typu I neboli ekologické značení či zkráceně ekoznačka. Prvním důvodem je to, že se jedná o regulační dobrovolný nástroj. To znamená, že jeho zavedení vede ke snižování negativních dopadů fungování firmy na životní prostředí. Kromě toho je kontrola všech náležitostí udělení ekoznačky prováděná nezávislou třetí stranou.

Při výběru vhodného nástroje byla zohledňována specifika podniku Kristýna a.s. jako jsou velikost firmy, organizační struktura a charakteristika nabízených služeb. Podstatným kritériem rozhodování byla dále finanční náročnost zavedení vybraného nástroje. Ekoznačka patří mezi ty méně nákladné. Navíc je s ní spojeno nemalé množství předpokládaných přínosů, které jsou uvedeny ve druhé kapitole práce.

Při rozhodování o vhodném dobrovolném nástroji hrál velkou roli také fakt, že ekologické značení v oblasti turistických ubytovacích služeb je nejen v Evropě značně populární. Od roku 2003 je možné tyto služby označovat evropskou EU Ecolabel. Následující roky až do současnosti zaznamenává certifikace rostoucí úspěch u podniků působících v této oblasti (Calabro a Vieri, 2014).

### **3.3 Aktuálně možná pozice podniku v procesu získání ekoznačky**

Pokud se společnost Kristýna a.s. rozhodne o ekoznačku zažádat, bude muset absolvovat jednotlivé kroky procesu jejího získání, viz obr. 4. Při současném stavu jsou pro podnik relevantní první čtyři kroky procesu.

#### **1. Výběr ekoznačky**

V první fázi se musí podnik Kristýna a.s. rozhodnout o jakou verzi (verze) ekologického značení bude usilovat. Při výběru hrála důležitou roli poloha rekreačního areálu v blízkosti německých a polských hranic a fakt, že mezi klienty společnosti patří nezanedbatelné množství cizinců, hlavně Němců.

Německo je jednou ze zemí, kde mají certifikace týkající se životního prostředí dlouhou tradici. Vznikla zde nejstarší ekoznačka na světě – Der Blaue Engel (The Blue Angel, 2015). V povědomí spotřebitelů jsou ale i další ekologická označení. Speciálně pro kempy existuje například ECOCAMPING s 211 držiteli po celém Německu (Ecocamping, 2015). Mezi turistickými ubytováními jsou rozšířené také certifikace Green Key. Na některých německých webových stránkách s nabídkou turistických ubytování je jedním z vyhledávacích kritérií i to, zda má subjekt ekologické označení.

Evropská EU Ecolabel je, na rozdíl od české značky Ekologicky šetrná služba, rozpoznatelná po celé Evropské unii. Její zavedení tak představuje potenciál zvýšení počtu zahraničních zákazníků společnosti Kristýna a.s.

S ohledem na výše uvedené skutečnosti byla pro podnik Kristýna a.s. zvolena evropská verze ekologického značení – EU Ecolabel.

#### **2. Ověření produktové skupiny, do které spadá daná služba**

Služby poskytované společností Kristýna a.s. patří do produktové kategorie Služby v kempech.



### **3. Zjištění licenčních poplatků spojených se získáním a využíváním vybrané ekoznačky**

Vzhledem k počtu zaměstnanců a ročnímu obratu spadá společnost Kristýna a.s. do kategorie malých a středních podniků. Od toho se odvíjí výše registračních a ročních poplatků uvedených v tab. 6.

### **4. Zajištění dokumentace a dokladů o plnění jednotlivých kritérií pro danou produktovou skupinu**

Podnik Kristýna a.s. v současné době nesplňuje všechna kritéria, aby mohl podat žádost o udělení ekoznačky. Diplomová práce se dále zabývá právě hodnocením úrovně splnění nutných požadavků a opatřeními, které potenciálně povedou k zisku ekologického značení.

## **3.4 Zhodnocení podmínek ve společnosti Kristýna a.s. pro získání ekologické certifikace**

Aby bylo možné vůbec uvažovat o možnosti zisku ekoznačky, je důležité, aby měly zainteresované osoby ve firmě pozitivní přístup k novým inovativním řešením a nebyl jim lhostejný vliv činnosti podniku na okolní životní prostředí. Již výše bylo naznačeno, že v tomto ohledu je situace ve společnosti Kristýna a.s. vyhovující. Vedení firmy má zájem v budoucnu pokračovat v opatřeních znamenajících snížení negativních dopadů na životní prostředí. Na některá má už vytvořené plány různých variant. Environmentální aspekty podnikání jsou brány v potaz i při úvahách o další rozvoj rekreačního areálu. Firma tak respektuje aktuální trend odpovědného podnikání vůči životnímu prostředí.

Kristýna a.s. se snaží držet krok s moderními trendy, aby byl rekreační areál atraktivní pro různorodou klientelu z Čech i ze zahraničí. Příkladem jsou nové moderní designové ukazatele, které nedaleko areálu navádějí turisty správným směrem a lákají nové potenciální návštěvníky. Jedná se o dílo liberecké skupiny mladých architektů Mjolk, s kterou autokemp spolupracuje. Zpracovali i další návrhy na zlepšení funkčnosti a vzhledu kempu – například originální systém orientačních ukazatelů nebo dětské atrakce. Vybrané návrhy se chystá společnost realizovat. V jednání členů představenstva je také vytvoření

originálního uměleckého plánu areálu, který by mohl oživit i jeho internetové stránky. Uvedené a další skutečnosti prokazují inovativní myšlení lidí ve firmě a zájem o další zlepšování kvality nabízených služeb.

S obecným postupem získání různých certifikací má společnost zkušenosti i z minulosti. V současné době je držitelem certifikace „Cyklisté vítáni“, která označuje kvalitu služeb ubytovacích a stravovacích zařízení, kempů a turistických cílů s perfektním zázemím pro specifický segment – cyklisty (Cyklisté vítáni, 2013). Kromě toho získala firma certifikát „Důvěryhodná firma“ prokazující spolehlivost podniku. Napomáhá k pozitivní prezentaci a orientaci spotřebitelů na internetu, který je zahlcen mnoha podvodnými společnostmi (Důvěryhodná firma, 2015).

Město Hrádek nad Nisou je vlastníkem akciové společnosti a aktivně se zajímá o fungování kempu. Vedení města přemýšlí inovativně, což dokazují časté opravy a úpravy v ulicích nebo rekonstrukce budov – například nákladné zateplení školky za účelem snížení energetické náročnosti objektu. Také myšlenka s ekoznačkou pro populární turistický cíl, autokemp Kristýna, se vedení města zalíbila. Zajímali se i o možnost aplikace ekologické certifikace v rámci města. Například městský úřad v Chrudimi jako první v České republice získal certifikát EMAS (Chrudim, 2014).

Dostupné finanční zdroje jsou samozřejmě důležitou součástí rozhodování o environmentálních opatřeních. Šetrné chování k životnímu prostředí není ale pouze v možnostech velkých firem. Stejně jako každý jedinec může minimalizovat své negativní vlivy na okolní přírodní prostředí, může tak činit i malá firma. Mnohé kroky udržitelného podnikání jsou dosažitelné pouze změnou myšlení a jednání nebo se zanedbatelnými částkami.

#### Faktory mající vliv na úspěšné zavedení ekoznačky společností Kristýna a.s.

Každý podnik je jedinečný a každý má také jiné podmínky a předpoklady pro úspěšné získání ekologické certifikace. Přehled silných a slabých stránek společnosti Kristýna a.s. souvisejících s možností zavést ekoznačku je uveden v tab. 8.

Tab. 8: Silné a slabé stránky společnosti Kristýna a.s. vztahující se k potenciálnímu zavedení ekoznačky

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zájem a podpora vlastníka</li> <li>• aktivní přístup vedení a zaměstnanců</li> <li>• pozitivní přístup k inovacím</li> <li>• pozitivní vztah k životnímu prostředí</li> <li>• zkušenosti s jinými certifikacemi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• omezené finanční zdroje</li> <li>• nesplněná část kritérií</li> <li>• část ubytovacích zařízení zastaralá</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování

Činnost podniku je ovlivněna jeho okolím. V tab. 9 je uveden přehled významných vnějších a vnitřních faktorů, které mohou ovlivnit rozhodnutí společnosti činit kroky směrem k získání certifikace.

Tab. 9: Vnější pozitivní a negativní faktory zavedení ekoznačky působící na podnik Kristýna a.s.

Pozitivní vnější faktory	Negativní vnější faktory
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvýšená poptávka po „zelených“ službách</li> <li>• trend šetrného chování k životnímu prostředí</li> <li>• jedinečnost kempu oceněného ekoznačkou v ČR</li> <li>• uskutečňování přeshraniční spolupráce (Německo, Polsko) zaměřené na ochranu životního prostředí</li> <li>• zájem médií o environmentální problematiku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zpřísnění kritérií pro držení ekoznačky</li> <li>• legislativní změny v oblasti ochrany životního prostředí</li> <li>• zvyšování ročních poplatků</li> <li>• špatná orientace spotřebitelů v množství existujících ekoznaček na trhu</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování

#### Předpokládané přínosy ekoznačky pro podnik Kristýna a.s.

Součástí druhé kapitoly diplomové práce je obecný přehled očekávaných přínosů, které plynou z označování nabízeného produktu ekoznačkou Ekologicky šetrný výrobek/Ekologicky šetrná služba/EU Ecolabel. Jedním z faktorů napomáhajícím jejich reálné dosažitelnosti je aktuální trend vyššího zájmu o stav a ochranu životního prostředí.

Tento trend se projevuje ve velkém množství zemí včetně České republiky. Na základě uvedených skutečností lze pro společnost Kristýna a.s. očekávat především následující přínosy vycházející z označení nabízených služeb ekoznačkou:

- zvýšení atraktivity kempu a následně rostoucí počet klientů z domova i ze zahraničí,
- minimalizace provozních nákladů.

První přínos souvisí se zlepšením image firmy. Prostřednictvím ekoznačky může podnik Kristýna a.s. prezentovat, že není lhostejný k životnímu prostředí a funguje v souladu s aktuálními trendy. Ekoznačka může být pro společnost výrazným prvkem její marketingové strategie. Logo lze použít na všech propagačních materiálech, webových stránkách firmy anebo na jejím profilu na masově rozšířené sociální síti Facebook.

Vedení společnosti se v současné době zabývá také problematikou mimosezónní návštěvnosti. Ekoznačka a s ní spojená opatření by mohla podpořit zvýšení počtu hostů na jaře, na podzim, případně i v zimě. Ekologická certifikace je užitečný nástroj v konkurenčním boji. Vzhledem k zvyšujícím se požadavkům mnohých klientů musí Kristýna a.s. věnovat pozornost konkurenčním podnikům v tuzemsku, ale i v blízkém zahraničí. Množství Čechů například navštěvuje rekreační areál FREIZEIT-OASE Olbersdorfer See (Olbersdorfské jezero) nedaleko českých hranic (Veselá, 2013).

Druhý hlavní přínos pro firmu je minimalizace provozních nákladů, která je jedním ze způsobů zvyšování hospodářského výsledku. Podstatnou část nákladů podniku tvoří spotřeba energie a vody. Část opatření v rámci Technické směrnice je zaměřena právě na snížení jejich spotřeby. Při splnění kritérií lze dosáhnout výrazné úspory nákladů. Celkově je splnění požadavků pro získání ekoznačky prostředkem k zefektivnění fungování podniku a z dlouhodobého hlediska ke snížení finanční náročnosti.

#### Shrnutí důvodů zavedení ekoznačky v podniku Kristýna a.s.

Díky současnému trendu zájmu o ochranu životního prostředí mohou environmentálně odpovědné firmy dosahovat významné konkurenční výhody. V rámci této kapitoly byly

popsány důvody, proč byla pro podnik Kristýna a.s. vybrána právě ekoznačka EU Ecolabel. Jedná se o nástroj snižující negativní dopady činnosti podniku na životní prostředí a jeho získání je podmíněno kontrolou stanovených náležitostí nezávislou třetí stranou. Obě skutečnosti umožní důvěryhodnou prezentaci environmentální odpovědnosti společnosti Kristýna a.s. (směrem ke všem zainteresovaným stranám).

## **4 Aplikace zvoleného environmentálního nástroje v podniku Kristýna a.s.**

Ve třetí kapitole diplomové práce je nastíněn začátek procesu získání ekoznačky podnikem Kristýna a.s. Čtvrtý krok vyžaduje splnění stanovených podmínek. Společnost v současné době nesplňuje všechny definované požadavky, které jsou vymezené v rámci rešerše. Podrobnější informace obsahuje následující podkapitola.

### **4.1 Analýza současného stavu plnění kritérií udělení ekoznačky podnikem Kristýna a.s.**

Výstupem podkapitoly je přehled aktuálního podílu splněných a nesplněných kritérií nutných k podání žádosti o udělení ekoznačky a následně jejímu získání. Součástí analýzy je rovněž posouzení náročnosti splnění jednotlivých požadavků, které bude základem pro další kroky v diplomové práci. Pro společnost Kristýna a.s. je základním dokumentem Technická směrnice č. 42 – 2013 (viz podkapitola 2.3.3).

Základní požadavky související s platnou legislativou jsou uvedeny ve druhé kapitole diplomové práce. Podnik Kristýna a.s. je všechny splňuje. Ve firmě je kladen důraz na pečlivou evidenci potřebné dokumentace tak, aby se zabránilo nesouladu fungování autokempu s právními zákonnými a místními předpisy. Tyto záležitosti jsou v kompetenci a odpovědnosti především jedné ze zaměstnaných provozních. K dispozici má seznam platné organizační dokumentace, který poskytuje přehled směrnic, řádů a jiných nařízení uplatňujících se v podniku. Například se jedná o Provozní řád areálu, Revizní řád elektronických zařízení, BOZP (Bezpečnost a ochrana zdraví při práci) a požární ochrana nebo Zásady prevence vzniku infekčních onemocnění, způsob zacházení s prádlem a způsob očisty ubytovacích zařízení.

Dále se diplomová práce zaměřuje především na environmentální kritéria získání ekologické certifikace.

Aby mohl podnik Kristýna a.s. podat žádost o udělení ekoznačky, musí splňovat daná kritéria následovně:


- povinná kritéria – všechna,
- volitelná kritéria – dostatečný počet, aby byl splněn minimální limit požadovaných bodů (podrobné vysvětlení uvedeno níže) (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Na základě konzultace s odborníky – členem vedení a provozní ve společnosti Kristýna a.s. – bylo provedeno vyhodnocení plnění environmentálních kritérií, která jsou definovaná pro získání ekologické značky. Hodnocena byla jak úroveň plnění, tak i možnosti realizace opatření, která jsou nutná pro splnění kritérií.



#### 4.1.1 Zhodnocení plnění povinných kritérií pro získání ekoznačky

Zjištěné výsledky hodnocení obsahuje souhrnná tab. 10. S ohledem na výše uvedená hlediska hodnocení, byla kritéria rozdělena do tří kategorií. Popis jednotlivých požadavků je součástí tab. A1, která se nachází v příloze diplomové práce.


Tab. 10: Klasifikace povinných kritérií podle úrovně splnění podnikem Kristýna a.s.

Kritéria podle úrovně splnění	Počet/procentuální vyjádření	Č.	Název kritéria
Splněná kritéria 	11 / 37 %	2.	Uhlí a těžké oleje
		3.	Energetická účinnost a výroba tepla
		4.	Klimatizace
		5.	Energetická účinnost budov
		10.	Venkovní topidla
		13.	Splachování pisoárů
		16.	Místo pro vypouštění odpadu z chemických toalet
		17.	Dezinfekční prostředky
		19.	Třídění odpadu
		22.	Zákaz kouření ve společných prostorech
23.	Veřejná doprava		

Tab. 10: Klasifikace povinných kritérií podle úrovně splnění podnikem Kristýna a.s. (pokračování)

Kritéria podle úrovně splnění	Počet/procentuální vyjádření	Č.	Název kritéria
Nesplněná kritéria 	6 / 20 %	1.	Elektrická energie z obnovitelných zdrojů
		6.	Izolace oken
		9.	Energetická účinnost žárovek
		18.	Třídění odpadu prováděné hosty
		20.	Výrobky na jedno použití
		21.	Balení potravin podávaných k snídani
Částečně splněná/nesplněná kritéria 	13 / 43 %	7.	Vypínání topení nebo klimatizace
		8.	Zhasínání světel
		11.	Průtok vody z kohoutků a ze sprch
		12.	Odpadkové koše na toaletách
		14.	Výměna ručníků a ložního prádla
		15.	Správné zneškodňování odpadních vod
		24.	Údržba a opravy kotlů a klimatizačních systémů
		25.	Environmentální politika a program
		26.	Školení personálu
		27.	Informování hostů
		28.	Údaje o spotřebě energie a vody
		29.	Sběr dalších údajů
		30.	Informace uváděné ve spojení s ekoznačkou
		<b>Celkem</b>	<b>30 / 100 %</b>

Zdroj: vlastní zpracování podle Technická směrnice č. 42 – 2013 (2013)

Poznámka:  kritérium je nesplněno nebo částečně splněno, přičemž úplné splnění je možné realizovat v čase do jednoho roku s odhadovanými náklady v maximální výši 20 000 Kč



#### 4.1.2 Zhodnocení plnění volitelných kritérií pro získání ekoznačky

S ohledem na podmínky volitelných kritérií, uvedených v druhé kapitole diplomové práce, je minimální limit získaných bodů pro podnik Kristýna a.s. 33. V současné době autokemp Kristýna splňuje část z nich celkem za 18,5 bodu. To znamená cca 56 % z 33 bodů nutných k možnosti ucházet se o udělení ekoznačky. V tab. 11 jsou uvedena splněná volitelná kritéria, rozdělená podle oblastí, do kterých spadají, a to včetně bodového ohodnocení.

Tab. 11: Přehled volitelných kritérií splněných podnikem Kristýna a.s.


Č.	Volitelné kritérium	Body
<b>VODA</b>		
62.	Úsporné pisoáry	1,5
63.	Místní druhy vegetace používané pro novou venkovní výsadbu	1
<b>DETERGENTY A DEZINFEKČNÍ PROSTŘEDKY</b>		
66.	Mytí aut pouze ve zvlášť vybavených prostorech	1
68.	Bazény: dávkování dezinfekčních prostředků nebo přírodní/ekologická koupaliště	1
70.	Ekologické zahradnictví	2
<b>ODPAD</b>		
72.	Kompostování	1
75.	Úniky látek z vozidel na parkovištích	1
<b>JINÉ SLUŽBY</b>		
77.	Regulace dopravy v kempu	1
80.	Nezpevněné plochy	1
86.	Vratné nebo znovu naplnitelné láhve	3
87.	Používání dobíjecích a znovu naplnitelných výrobků	1
88.	Papírové výrobky	2
<b>OBECNÝ SYSTÉM ŘÍZENÍ</b>		
94.	Registrace EMAS nebo certifikace ISO dodavatelů	1
96.	Elektroměry a vodoměry	1
<b>Celkový počet získaných bodů</b>		<b>18,5</b>

Zdroj: vlastní zpracování podle Technická směrnice č. 42 – 2013 (2013)

### **4.1.3 Zhodnocení náročnosti splnění povinných kritérií udělení ekoznačky**

Dalším krokem je posouzení náročnosti potenciálního splnění jednotlivých kritérií. Konkrétně bylo za hlavní faktor hodnocení zvoleno finanční hledisko potřebných opatření. Z konzultace se zástupci podniku bylo patrné, že několik změn spadajících do požadavků Technické směrnice mají naplánované, v rámci delšího časového horizontu. Faktorem, který je z pohledu vedení podniku pro rozhodnutí o opatřeních stěžejní, je právě finanční hledisko. To je hlavním důvodem, proč je náročnost splnění částečně splněných a nesplněných požadavků hodnocena z pohledu potřebných vynaložených zdrojů.

Konkrétně bylo pro účely ohodnocení jednotlivých kritérií stanoveno 5 kategorií podle rozmezí předpokládaných finančních prostředků nutných pro dosažení jejich splnění. Kategorie byly stanoveny na základě konzultace se členem vedení a provozní společnosti Kristýna a.s., viz tab. 12.

Nákladová rozmezí každé kategorie byla stanovena s ohledem na vnitřní potřeby podniku tak, aby poskytovala přehledné a relevantní informace. Zařazení kritérií do určených kategorií bylo provedeno na základě diskuze s odborníky se zohledněním podmínek a specifik v podniku Kristýna a.s. Je obsaženo v tab. 12, vzestupně podle kategorií finanční náročnosti. Tab. 12 navazuje na tab. 10. Ta obsahuje rozdělení kritérií podle úrovně splnění, přičemž u jedné ze tří kategorií (označené symbolem ) bylo zahrnuto také hledisko odhadovaných nákladů. Zjištěné informace jsou v souladu s hodnocením v rámci tab. 10.

Tab. 12: Klasifikace nesplněných povinných kritérií podle finanční náročnosti splnění

Č.	Název kritéria	Stav splnění	Nákladové rozmezí v Kč	Kategorie finanční náročnosti splnění
7.	Vypínání topení nebo klimatizace	☐	0 – 10 000	1
8.	Zhasínání světel	☐		
11.	Průtok vody z kohoutků a ze sprch	☐		
12.	Odpadkové koše na toaletách	☐		
14.	Výměna ručníků a ložního prádla	☐		
15.	Správné zneškodňování odpadních vod	☐		
24.	Údržba a opravy kotlů a klimatizačních systémů	☐		
25.	Environmentální politika a program	☐		
27.	Informování hostů	☐		
28.	Údaje o spotřebě energie a vody	☐		
29.	Sběr dalších údajů	☐		
30.	Informace uváděné ve spojení s ekoznačkou	☐		
26.	Školení personálu	☐		
21.	Balení potravin podávaných k snídani	☒		
9.	Energetická účinnost žárovek	☒	20 001 – 100 000	3
18.	Třídění odpadu prováděné hosty	☒		
20.	Výrobky na jedno použití	☒		
6.	Izolace oken	☒	100 001 – 1 000 000	4
1.	Elektrická energie z obnovitelných zdrojů	☒	1 000 001 a více	5

Zdroj: vlastní zpracování podle Technická směrnice č. 42 – 2013 (2013)

Poznámka: význam použitých symbolů:

☒ kritérium není splněno

☐ kritérium je nesplněno nebo částečně splněno, přičemž úplné splnění je možné realizovat v čase do jednoho roku s odhadovanými náklady v maximální výši 20 000 Kč

Analýza aktuální situace v podniku Kristýna a.s. přinesla podklady pro další rozhodování o možnosti získat ekoznačku pro její služby. Celkem 14 kritérií bylo zařazeno do kategorie náročnosti 1 a 2. To znamená, že jejich splnění je realizovatelné s předpokládanými náklady do 20 000 Kč. Opatření vedoucí ke splnění kritérií zařazených do těchto kategorií náročnosti lze charakterizovat jako relativně méně finančně náročná než ta z kategorií 3, 4, 5.

Na základě výše uvedených skutečností bylo vybráno několik požadavků, na něž se diplomová práce dále zaměřuje. Jedná se o kritéria č. 7, 8, 12, 14, 15, 26, 27. Jsou zařazena v kategoriích náročnosti splnění 1 a 2. Týkají se komunikace, informovanosti a vzdělávání v environmentální oblasti. Součástí je například vymezení environmentální politiky podniku, informování klientů nebo školení personálu. Požadavky spolu úzce souvisí, proto je výhodné nutné změny provádět zároveň.

V počáteční fázi procesu získání ekoznačky je pro podnik vhodné realizovat aktivity spojené s vybranými kritérii především z nákladových důvodů. Kromě toho může jejich úspěšné provedení motivovat vedení a zaměstnance k dalším opatřením směřujícím k získání ekoznačky.

Hlavním důvodem určeného postupu je zejména fakt, že podnik nemá formálně vymezenou environmentální strategii. Její součástí je, mimo jiné, písemně stanovená environmentální politika a program. Jejich formulace je přitom jedna z daných podmínek Technické směrnice. Environmentální politika podniku tvoří formální rámec a vodítko pro chování firmy ve vztahu k životnímu prostředí. Zahrnuje také podnikové environmentální cíle.

Jedním z očekávaných přínosů provedených změn je zlepšení image firmy provozující autokemp Kristýna. Předpokladem je, že aspekty environmentální odpovědnosti podniku se stanou nedílnou součástí jeho marketingové strategie. Na základě teoretického vymezení environmentální politiky v první kapitole práce lze předpokládat, že její stanovení napomůže společnosti Kristýna a.s. k tomu, aby ji okolí vnímalo jako takovou, která:

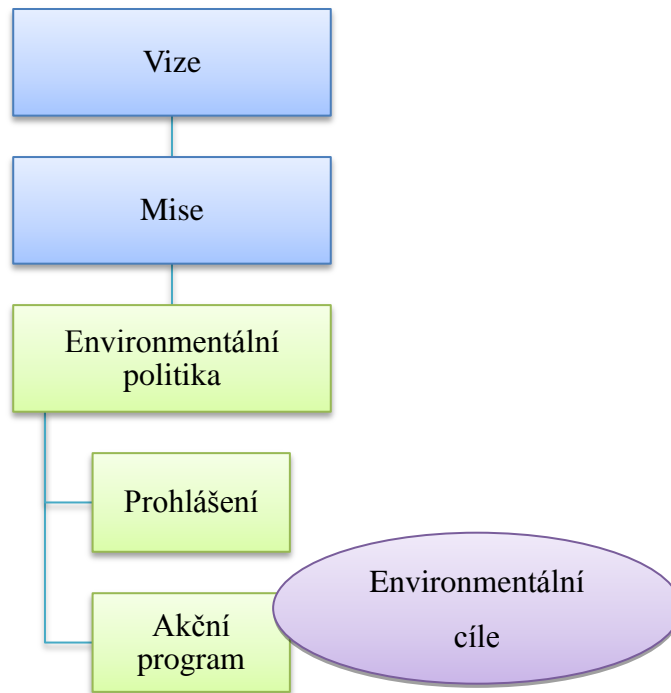
- je si vědoma jedinečného přírodního prostředí, ve kterém provozuje svoji činnost,

- je si vědoma dopadů svých nabízených služeb na okolní krajinu,
- není k těmto dopadům lhostejná,
- snaží se eliminovat nebo minimalizovat negativní dopady,
- uvědomuje si, že všechny vlivy na životní prostředí nemůže zcela ovlivnit (např. chování návštěvníků v areálu),
- snaží se takové negativní vlivy minimalizovat pomocí informování a vzdělávání hostů,
- poskytuje kvalitní služby a současně respektuje principy udržitelného podnikání.

## **4.2 Příprava environmentální strategie společnosti Kristýna a.s.**

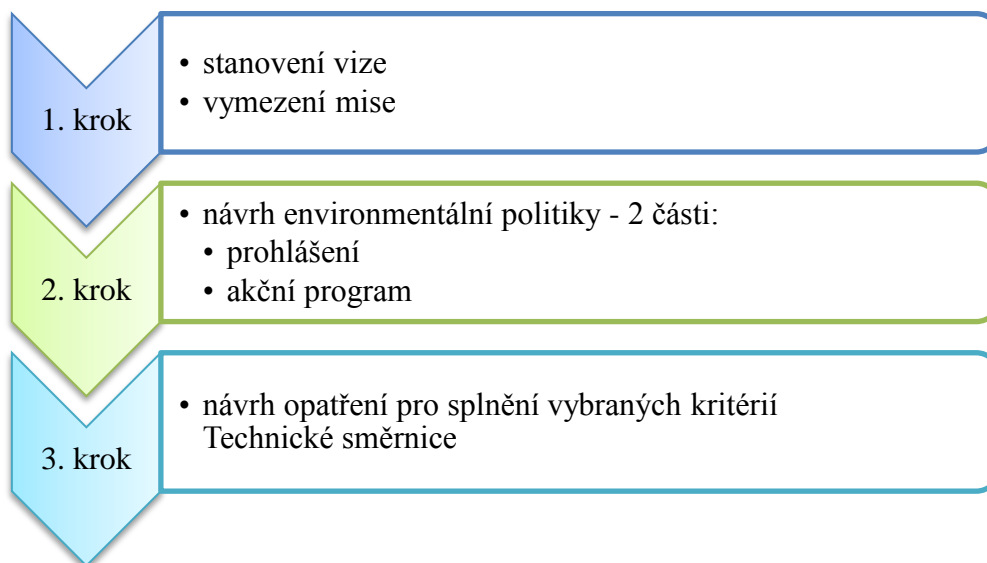
Zavedení ekoznačky, k čemuž navrhovaná opatření směřují, může ovlivnit mnoho dalších činností spadajících do environmentální strategie firmy. Tím, že podnik ekoznačku získá, se zavazuje k provádění určitých aktivit, například musí sledovat, zda stále splňuje všechna stanovená kritéria. Především ale přislíbí, že bude soustavně usilovat o zmírňování negativních dopadů své činnosti na životní prostředí. Takové směřování firmy je nutné formálně vymezit, aby byly jasně stanoveny postoje, aktivity, environmentální cíle a dále aby bylo zajištěno plnění těchto cílů.

Návrh zastřešující vize, mise (poslání) a environmentální politiky vytvoří základ pro budoucí směřování společnosti Kristýna a.s. v environmentální oblasti. Z toho vychází i další kroky v diplomové práci, protože jedním z jejích cílů je navrhnout konkrétní opatření, která jsou součástí počátečních kroků v procesu udělení ekoznačky. Logický postup navrhování prvků řízení firmy, vycházející ze struktury strategického řídicího procesu, je zobrazen na obr. 10.



Obr. 10: Schéma postupu vymezení prvků strategického řídicího procesu společnosti Kristýna a.s.  
Zdroj: vlastní zpracování

V rámci diplomové práce jsou tedy navrženy vybrané kroky strategického řídicího procesu a s tím související opatření. Ta povedou ke splnění části podmínek nutných k podání žádosti o udělení ekologické certifikace EU Ecolabel. Vytvořené návrhy jsou v práci dále rozčleněny do tří kroků. Obr. 11 uvádí obsahovou náplň každého z nich.



Obr. 11: Postupné kroky navrhovaných opatření směřujících k získání ekoznačky  
Zdroj: vlastní zpracování

### 4.2.1 Formulace vize a mise

Vize a mise mohou mít pozitivní dopady na vnitřní i vnější okolí podniku. V případě firmy Kristýna a.s. napomohou vytvořit novou image odrážející snahu firmy o soulad její činnosti s životním prostředím. Umožní jí to tento aspekt marketingově využít. Vize a poslání hrají ale důležitou roli i v komunikaci ve vnitřním prostředí, tj. uvnitř podniku. Zejména mohou přispět ke zvýšení loajality a zainteresovanosti zaměstnanců, k tomu, aby se ztotožnili s cíli firmy.

S ohledem na skutečnosti uvedené v předcházející kapitole, je prvním krokem v rámci navrhovaných opatření formulace vize a mise. Vize společnosti Kristýna a.s. byla stanovena na základě popsané charakteristiky firmy, viz kapitola 3. Vystihuje budoucí stav, ke kterému podnik směřuje. Prezентuje úsilí o vysokou kvalitu nabízených služeb a zároveň odpovědný přístup k životnímu prostředí:

„Naší vizí je být jednička na trhu v nabídce moderních, nevšedních a vysoce ekologických ubytovacích služeb.“

Formulace poslání (mise) vychází z výše vymezené vize a odráží již zmiňované hodnoty a postoje uplatňované ve firmě:

„Přejeme si klientům zajistit pobyt v přírodním prostředí s nesčetnými možnostmi vyžití od romantických procházek až po adrenalinové životní zážitky tak, aby se k nám rádi vraceli. Současně se snažíme o odpovědný přístup k životnímu prostředí a o šíření této myšlenky v našem okolí.“

Kristýna a.s. může prezentovat vizi a misi například formou reklamy nebo v rámci svého profilu na populární sociální síti Facebook. Samozřejmostí je jejich uvedení na internetových stránkách společnosti, popřípadě také na městských webových stránkách Hrádku nad Nisou (vlastníka). Příležitost dále představuje i kladná publicita apod.

## 4.2.2 Vymezení environmentální politiky podniku

Vymezení environmentální politiky podniku je druhým krokem stanovených opatření. Návrh environmentální politiky společnosti Kristýna a.s. je uveden v příloze diplomové práce. Je strukturovaný do dvou částí; první část obsahuje prohlášení o aktuálně uplatňovaných environmentálních zásadách, v druhé části je zpracován akční program uvádějící plánované environmentální cíle.

Formulované prohlášení i akční program vycházejí ze současných podmínek v podniku Kristýna a.s. To znamená, že prohlášení vyzdvihuje odpovědný přístup firmy k životnímu prostředí a příslib soustavného úsilí o zlepšování její působnosti v environmentální oblasti. Klíčový je potom výčet konkrétních zásad a opatření, které se v podniku v současné době uplatňují. Součástí environmentálního prohlášení je i vymezené poslání firmy, které mimo jiné vystihuje postoj podniku k ochraně životního prostředí. Akční program uvádí plánované, časově a věcně definované změny týkající se především komunikace a vzdělávání v oblasti ochrany životního prostředí.

Uplatňování principů environmentální politiky v praxi bude ve společnosti Kristýna a.s. v kompetenci zejména jedné ze zaměstnaných provozních. Bude odpovědná za přijímání environmentálních opatření a zároveň dohlížet na plnění určených cílů.

Písemná environmentální politika musí být veřejně přístupná, aby se s ní mohly seznámit všechny zainteresované strany (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013). V případě podniku Kristýna a.s. bude uveřejněna na jejích internetových stránkách a na profilu firmy na sociální síti Facebook. V rámci areálu bude komunikována prostřednictvím centrálního informačního místa – nástěnky u recepce. Navíc ji společnost může prezentovat spolu s výroční zprávou v obchodním rejstříku.

Na akční program environmentální politiky navazují další kroky diplomové práce, které řeší stanovené cíle z oblasti ochrany životního prostředí. Jejich dosažení povede ke splnění vybraných kritérií podmiňujících získání ekoznačky.



### **4.3 Možnosti zefektivnění interní a externí informovanosti a komunikace v oblasti environmentální odpovědnosti podniku Kristýna a.s.**

Třetím krokem návrhu opatření směřujících k získání ekoznačky (viz obr. 11) je realizace aktivit zaměřených na komunikaci, informovanost a vzdělávání v oblasti ochrany životního prostředí. Povedou ke splnění části požadavků definovaných Technickou směrnicí č. 42 – 2013. Jedná se o povinná kritéria, která byla zařazena do kategorií 1 a 2, viz tab. 12. Doplněno bylo i jedno kritérium volitelné, které taktéž souvisí s komunikací, informovaností a vzděláváním v environmentální oblasti. Jeho úplné znění je: „*Kemp musí hosty informovat o místních opatřeních v oblasti ochrany biologické rozmanitosti, krajiny a přírody (1,5 bodu). Vzdělávání v oblasti ekologie musí být součástí zábavního programu hostů (1,5 bodu).*“ (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013, s. 17). Kristýna a.s. zatím nesplňuje minimální požadovaný počet bodů z volitelných kritérií. To je důvodem zařazení jednoho z nich do návrhů řešení. Jeho splněním podnik může získat 3 body. Souhrnné informace jsou uvedeny v tab. 13 níže.

Jednotlivá kritéria a potažmo opatření spolu úzce souvisejí, a proto je možné je provádět společně v průběhu jednoho časového období. Naplánované činnosti lze tedy realizovat v rámci jednoho projektu, který bude v podniku probíhat 8 měsíců. Jeho název je: „Možnosti zefektivnění interní a externí informovanosti a komunikace v oblasti environmentální odpovědnosti podniku Kristýna a.s.“

Tab. 13: Přehled nesplněných kritérií včetně specifikace nesplněných podmínek

Č.	Název kritéria	Nesplněná část	Typ kritéria
7.	Vypínání topení nebo klimatizace	upozornění pro hosty, aby zavírali okno (okna), pokud je zapnuto topení nebo klimatizace	P
8.	Zhasínání světel	upozornění pro hosty, aby zhasínali světla, pokud opouští místnost	P
12.	Odpadkové koše na toaletách	výzva pro hosty, aby odpadkové koše používali na specifické druhy odpadů	P
14.	Výměna ručníků a ložního prádla	informování klientů při příjezdu o environmentálních zásadách, které kemp uplatňuje, spolu s vysvětlením způsobu výměny ložního prádla	P
15.	Správné zneškodňování odpadních vod	informování návštěvníků a personálu o správném používání kanalizace	P
26.	Školení personálu	vše	P
27.	Informování hostů	vše	P
82.	Komunikace a vzdělávání v oblasti životního prostředí	vše	V

Zdroj: vlastní zpracování podle Technická směrnice č. 42 – 2013 (2013)

Poznámka: význam zkratk: P – povinné kritérium

V – volitelné kritérium

Cílem je splnění kritérií vymezených v tab. 13 prostřednictvím realizace opatření (specifikována níže), a to k 30. září roku 2016.

#### Předpokládané přínosy realizovaných opatření

Splněním cíle navrhovaného projektu bude hotový další krok procesu. Firma na něj může dále navazovat a přiblížit se možnosti udělení ekologické certifikace. Výhodou je, že opatření provedená v rámci projektu následně usnadní i plnění dalších povinných i nepovinných požadavků. Kromě toho projekt přispěje ke zlepšení image společnosti. Jak

naznačuje jeho název, stěžejním prvkem je komunikace a informovanost v environmentální oblasti. Právě komunikace a informovanost uvnitř i vně podniku jsou klíčové faktory úspěchu environmentálních opatření. Dílčí cíle, přínosy, potřebné vstupy a aktivity projektu přehledně vymezuje logická rámcová matice, která je součástí příloh diplomové práce (viz tab. D1).

### **4.3.1 Interní environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání**

Orientace personálu společnosti Kristýna a.s. v environmentální problematice je základem pro úspěšné kroky ve zlepšování působnosti firmy ve vztahu k životnímu prostředí. Aby mohly být klientům poskytovány kvalitní informace, musí jimi disponovat nejprve pracovníci autokempu Kristýna. Způsobem, jak toho docílit, je absolvovat školení. Jejich realizace je součástí řešených kritérií definovaných Technickou směrnicí. V rámci projektu jsou navrženy tři typy školení.

#### *1. Jednorázové školení personálu vedené externím odborníkem*

Člen vedení a jedna ze zaměstnaných provozních se zúčastní odborného školení na téma Environmentální odpovědnost podniku. Provozní později zastane funkci podnikového školitele.

#### *2. Pravidelná podniková školení personálu*

Dvě výše zmíněné osoby vyškolené externistou, v dostatečném předstihu před začátkem hlavní sezóny, zorganizují seminář přímo v autokempu pro ostatní členy personálu (tj. druhá provozní, jedna účetní, dvě recepční a pracovníci, kteří jsou nájímáni na částečný pracovní úvazek především na letní období). Nabyté znalosti od specialisty ještě přizpůsobí potřebám firmy. Školení povede provozní, v jejíž kompetenci budou takové semináře i do budoucna. Všichni členové personálu podniku Kristýna a.s. musí být totiž tímto způsobem proškoleni pravidelně, a to minimálně jednou ročně (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Kritérium č. 26 z Technické směrnice uvádí konkrétní poučení, která musí být součástí školení. Podle jednotlivých oblastí je nutné personál vyškolit v následujících bodech:

- úspora energie:
  - možnosti dosažení úspor energie;
- úspora vody:
  - denní kontrola, jestli nedochází k viditelným netěsnostem a popřípadě podniknutí náležitých opatření;
  - pravidla případného zalévání květin a venkovní zeleně – provádět dříve, než bude slunce v nejvyšší pozici nebo po jeho západu;
  - upozornění na zásady kempu v rámci kritéria č. 14, týkající se výměny ložního prádla a instrukce k zajištění jeho splnění;
- chemikálie:
  - pravidla nepřekročení množství čistícího a dezinfekčního prostředku, které je uvedeno na obalu jako doporučené;
- odpad:
  - správné shromažďování, třídění a odvádění k likvidaci odpadu tříděného dle kritéria č. 18;
  - správné shromažďování, třídění a odvádění k likvidaci nebezpečného odpadu uvedeného v rozhodnutí 2000/532/ES a definovaného v kritériu č. 18 (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Účelem poskytování informací a školení je zajištění plnění environmentálních opatření v podniku Kristýna a.s. a zvýšení povědomí zaměstnanců o problematice životního prostředí. Personál navíc obdrží podpůrné materiály – písemné tematické příručky.

### *3. Mimořádná školení pro nové členy personálu*

Pokud během provozu autokempu dojde k personálním změnám, musí být školení poskytnuto každému nově nastupujícímu pracovníkovi. Podmínkou je, že ho musí absolvovat během prvních čtyř týdnů po nástupním dni (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

### 4.3.2 Externí environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání

Na navrhovaná opatření z podkapitoly 4.3.1 navazují kroky týkající se informovanosti, komunikace a vzdělávání v environmentální oblasti, směřované na externí prostředí podniku, především na klienty společnosti. S ohledem na skutečnosti v tab. 13 budou řešena vybraná kritéria. Níže uvedená opatření byla navržena na základě požadavků definovaných Technickou směrnicí č. 42 – 2013.

Ústředním tématem poskytovaných informací bude odpovědný přístup podniku Kristýna a.s. k životnímu prostředí a s tím související další údaje, výzvy a upozornění určené klientům firmy. Komunikace mezi společností a jejími zákazníky bude probíhat v několika různých formách:

- veřejně přístupné nástěnky,
- informování při příjezdu,
- upozorňující tabulky v ubytovacích prostorech,
- zábavní program pro návštěvníky,
- informace na webových stránkách a profilu na sociální síti.

#### ➤ *Veřejně přístupné nástěnky*

Informace budou zákazníkům dostupné na centrálním informačním místě autokempu Kristýna, v blízkosti recepce. Ke stávající venkovní nástěnce bude pořízena vitrina. Vznikne tak dostatečný prostor pro prezentaci vize, mise a environmentální politiky podniku Kristýna a.s. Dále zde budou vyvěšena upozornění týkající se bezpečného a k životnímu prostředí šetrného chodu autokempu. S ohledem na požadavky uvedené v Technické směrnicí č. 42 – 2013 budou návštěvníci informováni:

- o vytápění, klimatizaci a osvětlení;
- o žádosti, aby personál kempu informovali o každé případné netěsnosti (v koupelnách apod.);
- o zásadách kempu týkajících se výměny ložního prádla;
- o zásadách kempu v oblasti snižování produkovaného odpadu;
- o nevhodnosti používání výrobků na jedno použití a jednotlivě balených jídel (s výzvou používat místo nich jiné alternativy);

- o tom, jak a kde lze v areálu třídit odpad;
- o možnosti likvidace nebezpečných látek;
- o správném používání kanalizace (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Díky umístění nástěnek budou všechna upozornění a ostatní údaje klientům dostupné bezprostředně po jejich příjezdu. Kromě vitríny budou pořízeny dvě prostorné dřevěné informační tabule, na které se umístí stanovené informace, například o místní vegetaci a živočiších podané zajímavou a zábavnou formou. Dále o opatření prováděných za účelem ochrany biodiverzity apod.

➤ *Informování při příjezdu*

Prvním místem v autokempu Kristýna, kam klienti po příjezdu zamíří, je recepce. Recepční s nimi jednájí na základě stanoveného interního postupu ubytovacího procesu. Ten bude muset být upraven tak, aby jeho součástí bylo informování o environmentální strategii podniku. Nové zásady budou formálně stanoveny v interním manuálu pro recepční. S ohledem na to, aby ubytovací proces nebyl pro klienty nepříjemně protahován, jim recepční sdělí ve stručnosti základní informace o environmentální odpovědnosti podniku Kristýna a.s. Technická směrnice definuje konkrétní oblasti povinně sdělovaných údajů:

- environmentální politika podniku,
- opatření prováděná v souladu s environmentální politikou,
- bezpečnostní a protipožární předpisy,
- informace o ekoznačce (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Klienti budou dále upozorněni na místa, kde naleznou další informace týkající se environmentální odpovědnosti podniku a ochrany životního prostředí. Kromě toho budou vyzváni, aby svým chováním respektovali zásady podniku Kristýna a.s. v oblasti ochrany životního prostředí a přispívali k plnění jeho environmentálních cílů. Po skončení pobytu na recepci obdrží krátký dotazník, ve kterém budou moci vyjádřit své názory a postoje k environmentálním aspektům kempu (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013). Společnost tímto způsobem získá od klientů zpětnou vazbu. Zjištěné skutečnosti mohou poskytnout základ pro další aktivity.

➤ *Upozorňující tabulky v ubytovacích prostorech*

Vybrané informace musí být poskytovány formou informačních tabulek navádějících návštěvníky k ekologičtějšímu chování. Konkrétně musí být vytvořeny a vyvěšeny tyto v určených místech:

- na viditelných místech (hlavně ve společných prostorech): upozornění s výzvou, aby hosté napomáhali plnění environmentálních cílů;
- v ubytovacích zařízeních: vypínání topení nebo klimatizace;
- v ubytovacích zařízeních: zhasínání světel;
- na toaletách: využívání speciálních odpadkových košů;
- v hygienických zařízeních a koupelnách: vysvětlení, jak mohou návštěvníci přispět k šetření vodou (Technická směrnice č. 42 – 2013, 2013).

Provedená opatření obohatí způsob komunikace s klienty v environmentální problematice. Existuje zde potenciál podpoření změn chování návštěvníků ve prospěch životního prostředí.

➤ *Zábavní program pro návštěvníky*

Co se týká zábavního programu, personál využije nově nabyté informace ze školení, které musí povinně absolvovat. Vzhledem k tomu, že se v rekreačním areálu konají různé sportovní, kulturní a jiné akce, bude jejich součástí informační stánek, tematicky zaměřený na ochranu životního prostředí. Poskytované informace budou vždy přizpůsobeny konkrétní události. Mimo to členové personálu pro klienty zorganizují soutěže orientované na stejnou problematiku. Speciálně pro děti budou pořádány soutěže a hry.

➤ *Informace na webových stránkách a profilu na sociální síti*

Všechny výše uvedené informace, upozornění a výzvy budou přístupné na webových stránkách podniku Kristýna a.s. Komunikace se stávajícími i potenciálními klienty bude probíhat také prostřednictvím profilu firmy na populární sociální síti Facebook.

### **4.3.3 Návrh postupu realizace navržených opatření na zefektivnění interní a externí environmentální informovanosti a komunikace**

Podkapitola blíže vymezuje průběh navržených opatření se zaměřením na časové vymezení, finanční a personální zajištění a možná rizika.

#### *➤ Časové vymezení*

Co se týká časového vymezení, je nutno vzít v úvahu to, že momentálně je autokemp v plném provozu zejména v letní sezóně. To znamená vysokou pracovní vytiženost zaměstnanců v měsících od května do září. Na druhou stranu velkou část rezervací a objednávek vyřizují pracovníci už během zimy a jara. S tím je spojeno množství administrativní práce. Faktor vytiženosti zaměstnanců musí být zohledněn. Důvodem je například i to, že realizace projektu nebude podpořena speciálně najatými pracovníky.

Vzhledem k hlavní sezóně autokempu bude projekt probíhat od 1. února roku 2016 do 30. září stejného roku. V předsezónním období se budou provádět technické práce, proběhne také školení zaměstnanců a další přípravné úkoly, aby bylo vše připraveno na hlavní sezónu. Během ní budou největší nároky na informování hostů o environmentálních otázkách.

#### *➤ Personální zajištění*

Na projektu se bude podílet vedení společnosti, stálí zaměstnanci i pracovníci s dohodami o provedení práce nebo o pracovní činnosti. Poslední jmenovaní jsou najímáni především na dobu hlavní sezóny. Funkci projektového manažera zastane zkušenější ze dvou zaměstnaných provozních. Bude mít na starosti organizaci celého projektu a plnit úlohu zodpovědné osoby za jeho včasné a úspěšné dokončení. Mezi její hlavní kompetence bude patřit koordinace stanovených úkolů a průběžná kontrola jejich plnění. Podle aktuální potřeby rozdělí úkoly mezi ostatní členy personálu. Přítomný člen vedení se do projektu také aktivně zapojí. Především se postará o finanční stránku a bude se podílet na přípravě školení pro zaměstnance. Důležitou roli bude mít externí odborník – školitel, který zajistí průběh školení o environmentální problematice.



➤ *Rozpočet*

Náklady na první oblast navržených opatření – Interní environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání – zahrnují zejména odborné školení a dále vytvoření informačních materiálů pro personál, viz tab. 14.

*Tab. 14: Náklady navržených opatření – Interní environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání*

<b>Plněné kritérium</b>	<b>Předmět pořízení + výpočet</b>	<b>Celková cena položky (v Kč)</b>
26.	Odborné školení pro 2 osoby * cena/1 osoba (v Kč) = = 2 * 5300	10 600
26.	Potřebný počet příruček pro personál * cena/1 ks (v Kč) = = 30 * 3	90
	<b>Náklady navržených opatření (v Kč)</b>	<b>10 690</b>

Zdroj: vlastní zpracování

V rámci druhé řešené oblasti – Externí environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání – se jedná mimo jiné o informační tabulky. Aby byla splněna relevantní kritéria Technické směrnice, bude jich muset být po autokempu rozmístěn poměrně vysoký počet. Jako nejméně nákladově náročné, ale zároveň praktické a dlouhodobé bylo zvoleno následující řešení. Firma vytiskne potřebné informace, upozornění a výzvy na běžný kancelářský papír. Zakoupí laminátor a dokumenty zalaminuje. Poté je rozmístí na všechna potřebná místa. Průměrná cena za jednu informační tabulku byla vypočítána na základě údajů o ceně papírů, laminovacích fólií a ceně a pokrytí toneru do tiskárny.

Další nákladové položky tvoří součásti komunikačně-informačního systému kempu, vitrína a dvě tabule. Nemalá finanční částka je navíc spojena s vytvořením dotazníků pro hosty. Výpočet byl proveden na základě informací o návštěvnosti v loňské sezóně (rok 2014) a odhadu na sezónu roku 2016. Kromě toho se zakoupí drobné předměty, které budou použity v rámci zábavního programu pro děti. Podrobný rozpis nákladů je obsažen v tab. 15.

Tab. 15: Náklady navržených opatření – Externí environmentální informovanost, komunikace a vzdělávání

Plněné kritérium	Předmět pořízení + výpočet	Celková cena položky (v Kč)
-	laminátor (1 ks)	420,0
7. + 8. (27.)	počet potřebných informačních tabulek A4 * cena/1 ks (v Kč) = = 69 * 3	207,0
12. (27.)	počet potřebných informačních tabulek A5 * cena/1 ks (v Kč) = = 84 * 2,7	226,8
27.	počet potřebných informačních tabulek A4 * cena/1 ks (v Kč) = = 35 * 3	105,0
27.	počet dotazníků * cena/1 ks (v Kč) = = 8 000 * 0,45	3 600,0
27.	venkovní vitrína (1 ks)	5 500,0
27.	další potřebné písemné informace	100,0
82.	dřevěná informační tabule - cena/1 ks (v Kč) * 2 (ks) = = 6 200 * 2	12 400,0
82.	drobné zboží pro zábavní program (celková cena v Kč)	1 500,0
	<b>Náklady navržených opatření (v Kč)</b>	<b>24 058,8</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Po součtu nákladů na jednotlivé oblasti jsou celkové náklady navrhovaných opatření 34 748,8 Kč.

Co se týká finančních zdrojů, vzhledem k tomu, že navrhovaný projekt bude probíhat během roku 2016, bude jejich dostupnost záviset na výsledku hospodaření roku předcházejícího. Ekonomická situace podniku posledních let ale naznačuje, že pokud nedojde k nějakým neočekávaným událostem, budou potřebné zdroje k dispozici.

➤ *Rizika*

Rizika navrhovaného projektu lze rozdělit podle původu na vnitřní a vnější. Příklady možných rizik jsou uvedeny v tab. 16 níže.

Tab. 16: Přehled možných rizik navržených opatření

<b>Rizika navržených opatření podle původu vzniku</b>	
<b>VNITŘNÍ</b>	<b>VNĚJŠÍ</b>
nevyhovující přístup personálu	nevyhovující externí školící služby
selhání projektového manažera	nezájem ze strany klientů
chybovost zaměstnanců	vyhýbání se podávání informací
špatná organizace a koordinace úkolů	nerespektování upozornění a výzev
selhání technického vybavení	poničení nového vybavení hosty
neúčast zaměstnanců na školení	

Zdroj: vlastní zpracování

Realizace navržených kroků přiblíží společnost Kristýna a.s. k získání ekologické certifikace EU Ecolabel. S provedenými změnami jsou spojené zmiňované přínosy vycházející ze zefektivnění komunikace v environmentální oblasti vně i uvnitř podniku. Kromě toho úspěšně provedená opatření vytvoří základ pro další environmentální aktivity podniku Kristýna a.s., které ho mohou přiblížit k udělení ekoznačky.

## **5 Shrnutí a doporučení na základě zjištěných skutečností**

Stěžejní částí diplomové práce je zhodnocení aktuálního stavu v podniku Kristýna a.s. v souvislosti s možností získat ekoznačku EU Ecolabel. Informace získané analýzou úrovně splnění podmínek jejího udělení vytvořily základ pro další kroky. Bylo zjištěno, že společnost Kristýna a.s. splňuje cca 37 % povinných kritérií definovaných v Technické směrnici č. 42 – 2013, podmiňujících podání žádosti o užívání ekologického označení. Zbýlá kritéria byla dále ohodnocena z hlediska finanční náročnosti jejich potenciálního splnění. Na základě zjištěných skutečností byly pro další řešení v diplomové práci vybrány požadavky klasifikované jako takové, jejichž splnění je možné realizovat s finančními prostředky do 20 000 Kč.

V rámci prvního kroku navrhovaných změn byla formulována vize a mise (poslání). Následovalo stanovení environmentální politiky podniku sestávající se z prohlášení a akčního programu. Na tyto dva kroky navázal poslední třetí, jehož součástí byly návrhy konkrétních změn nutných pro splnění vybraných kritérií. Důvodem tohoto postupu je úzké propojení a návaznost jednotlivých prvků strategického řízení. Z vize a mise se odvíjí mimo jiné i environmentální strategie, která zaštiťuje všechny aktivity podniku v oblasti ochrany životního prostředí. Spolu s environmentální politikou tyto prvky napomohou formálně stanovit a zpřehlednit pojetí environmentální odpovědnosti podniku Kristýna a.s.

Z výše uvedených informací plyne, že i po provedení navrhovaných opatření společnost nebude splňovat všechny povinné požadavky pro udělení ekoznačky. Některé z nich jsou rovněž z kategorie nižší finanční náročnosti (do 20 000 Kč). Splnění asi jedné čtvrtiny kritérií ale bude vyžadovat finanční zdroje v řádech desetitisíců až statisíců českých korun.

Jak již bylo zmíněno, v rámci diplomové práce byla navržena environmentální politika podniku obsahující dvě hlavní části. Jednou z nich je akční program. Jsou v něm definovány cíle s určeným časem dosažení na podzim roku 2016, a to prostřednictvím stanovených opatření. Environmentální program musí být podnikem pravidelně revidován

a aktualizován. Přinejmenším od konce roku 2016 by do něj měly být zařazeny nové plánované změny přispívající k pozitivnímu vztahu podnik – životní prostředí. Jedním z kritérií při stanovování nových environmentálních cílů společnosti může být, v diplomové práci používané, hledisko finanční náročnosti. Kromě toho je vhodné u nesplněných kritérií zvážit časovou, organizační a technickou náročnost splnění.

Podniku lze doporučit, aby pokračoval v obdobném postupu, jaký byl navržen v rámci diplomové práce. To znamená zaměřit se nejdříve na relativně méně finančně náročná kritéria, která s sebou ale na druhou stranu přináší mnoho výhod. Výsledný stav může například výrazně podpořit marketingovou strategii podniku.

Konkrétně je vhodné navrhnout, aby si společnost Kristýna a.s. vytvořila systém sběru dat (například o spotřebě energie, vody, množství tříděného odpadu apod.). Náklady na splnění takových požadavků jsou téměř nulové. Přitom je zde potenciál zpřehlednění důležitých dat, zefektivnění systému řízení a následně snížení provozních nákladů.

Druhé, do budoucna doporučené opatření, je spojené s relativně vyššími náklady a technickou náročností. Jedná se o nákup a instalaci spořičů průtoku vody do sprch (těch, co nebyly nahrazeny automatickými). Očekávaný přínos této změny je snížení spotřeby vody, a tudíž provozních nákladů.

Diplomová práce ukazuje, že velká část kritérií udělení ekoznačky je dosažitelná s nízkými náklady. Co se týká zbylých podmínek, ty vyžadují větší investici, ale zároveň s sebou nesou mnohé přínosy popisované výše v textu práce. Je vhodné zmínit, že pokud se společnost Kristýna a.s. rozhodne zatím nepokračovat až na konec procesu získání ekoznačky, z navržených opatření mohou podniku stále plynout uvedené přínosy.

V okolním prostředí podniku existují faktory, které mohou celý proces zkomplikovat nebo úplně znemožnit. Jedním z nich je lidský faktor, konkrétně část klientely firmy, která nerespektuje podnikem stanovené zásady. Navíc jeho úsilí o šetrnější přístup k životnímu prostředí hatí ničením a odcizováním majetku (příkladem jsou velmi časté krádeže úsporných zářivek). Dalšími hrozícími překážkami mohou být technická omezení, právní

problémy, organizační nesoulad anebo nedostatek finančních zdrojů. V poslední jmenované oblasti má Kristýna a.s. výhodu v tom, že vlastníkem podniku je město Hrádek nad Nisou, které se obecně ztotožňuje s odpovědným přístupem k životnímu prostředí. V poslední době navíc investovalo nemalé finanční částky do několika projektů s environmentálním zaměřením (např. zateplení budovy s cílem snížit její energetickou náročnost). Existuje zde tedy potenciál poskytnutí potřebných finančních zdrojů.

Na základě poznatků z diplomové práce lze realizaci dalších kroků, směřujících k ekologické certifikaci, podniku Kristýna a.s. doporučit. Tvrzení je podpořeno výše popsanými příznivými interními podmínkami ve firmě, očekávanými přínosy ekoznačky nebo předpokládanými pozitivními dopady navrhovaných opatření. Společnost Kristýna a.s. může tímto způsobem využít současný trend zájmu nejen spotřebitelů o životní prostředí a o tzv. „zelené produkty“.

## Závěr

Diplomová práce se zabývala v současné době velmi aktuální problematikou vztahu podniku a životního prostředí se zaměřením na environmentální odpovědnost podniku.

Lidé si dnes více uvědomují, že zemské zdroje nejsou nevyčerpatelné a pokud se nebudou ke své planetě chovat ohleduplně, bude to mít v budoucnosti fatální následky pro život na Zemi. Jsou to právě podniky, na které je v této souvislosti vytvářen stále větší tlak ze strany státu, jiných firem, zákazníků a dalších stakeholders. Záměrem je, aby se chovaly šetrněji k životnímu prostředí. K tomu slouží mimo jiné i různé dobrovolné přístupy k odpovědnému podnikání. Diplomová práce se zaměřovala na možné uplatnění jednoho z dobrovolných nástrojů – ekologického značení – ve společnosti Kristýna a.s., která poskytuje služby v oblasti turistických ubytování.

Cílem diplomové práce bylo zhodnotit možnosti společnosti Kristýna a.s. získat oprávnění k užívání ekoznačky EU Ecolabel a následně navrhnout opatření napomáhající jejímu udělení. Stanoveného cíle bylo dosaženo.

První část práce poskytla teoretická východiska z oblasti environmentální odpovědnosti podniku. Byly vymezeny základní pojmy a souvislosti této problematiky. Práce se dále zaměřovala na dobrovolné nástroje politiky životního prostředí. Podrobněji byl charakterizován jeden z nich, a to ekoznačení (ekoznačka).

Na začátku prakticky zaměřené části diplomové práce byla uvedena charakteristika společnosti Kristýna a.s. Práce se zaměřovala na implementaci principů environmentální odpovědnosti podniku prostřednictvím vybraného dobrovolného nástroje politiky životního prostředí. Zabývala se možnostmi získání oprávnění užívat ekoznačku, konkrétně její evropskou verzi EU Ecolabel. Nejprve byla zhodnocena aktuální situace ve společnosti, týkající se především podmínek pro zavedení ekoznačky. Součástí zjišťovaných informací byla úroveň environmentálního managementu společnosti a další relevantní interní faktory. Následovala analýza současné úrovně splnění kritérií pro získání ekoznačky EU Ecolabel ve společnosti Kristýna a.s. Bylo zjištěno, jaké požadavky společnost splňuje a jaké nikoli.

Nesplněná kritéria byla ohodnocena z hlediska finanční náročnosti jejich potenciálního splnění.

Na základě zjištěných skutečností byla navržena opatření vedoucí ke splnění vybraných požadavků pro získání ekoznačky EU Ecolabel. Úvodním krokem bylo vymezení zastřešující vize a také mise společnosti Kristýna a.s. Následovalo stanovení environmentální politiky. Tyto počáteční kroky napomohly vytvořit formální rámec odpovědnosti společnosti k životnímu prostředí. Součástí environmentální politiky je akční program obsahující vytyčené cíle společnosti v oblasti jejího vztahu k životnímu prostředí. Na akční program dále navázal návrh opatření směřující ke splnění vybraných kritérií podmiňujících udělení ekologické značky. Navrhované kroky se zaměřovaly na možnosti zefektivnění komunikace, informovanosti a vzdělávání v oblasti environmentální odpovědnosti společnosti Kristýna a.s.

Závěrečná část diplomové práce se zaměřovala na nastínění dalšího možného směru environmentálních aktivit společnosti Kristýna a.s. Bylo doporučeno, aby pokračovala v činnostech vedoucích k získání ekoznačky, a navázala tak na kroky popsané v diplomové práci. Konkrétně bylo navrženo, aby byl ve společnosti nastaven systém sběru dat souvisejících s životním prostředím (např. údaje o třídění odpadu apod.). Dalším návrhem bylo opatření ke snížení spotřeby vody. Oba kroky přiblíží společnost k získání ekoznačky a zároveň mohou znamenat přínosy v rámci zefektivnění environmentálního managementu společnosti.

Kromě toho může Kristýna a.s. realizovat i další dobrovolné aktivity v oblasti ochrany životního prostředí a navázat tak na ty stávající, např. zavést environmentální reporting. Další vhodnou možností je využití některého z edukačních nástrojů za účelem zvýšení motivace personálu k aktivitám v environmentální oblasti. Implementace principů odpovědného podnikání může přinést společnosti Kristýna a.s. významnou konkurenční výhodu a přispět k získání dobrého jména.



## Seznam použité literatury

ANDREI, R. D., V. CHIRITESCU a M. R. GOGONEA, 2013. Ecological Tourism: a Form of Responsible Tourism. *Romanian Economic and Business Review* [online]. Brasov: Romanian-American University, Scientific Research Department, 2013, Special Issue 1, p. 373-388 [vid. 2015-04-02]. ISSN 18422497. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/1672284949?accountid=17116>.

AUTOKEMP KRISTÝNA, 2015a. *O nás* [online]. 2015a-02-26 [vid. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.autocampkristyna.cz/index.html>.

AUTOKEMP KRISTÝNA, 2015b. *Služby autokempu* [online]. 2015b-02-26 [vid. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.autocampkristyna.cz/sluzby.htm>.

AUTOKEMP KRISTÝNA, 2015c. *Sport v autokempu* [online]. 2015c-02-26 [vid. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.autocampkristyna.cz/sport.htm>.

AUTOKEMP KRISTÝNA, 2015d. *Ubytování* [online]. 2015d-02-26 [vid. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.autocampkristyna.cz/ubytovani.htm>.

BRADY, J., et al., 2011. *Environmental Management in Organizations: The IEMA Handbook*. 2<sup>th</sup> ed. London: Earthscan, 2011. ISBN 978-1-84971-062-6.

BYZNYS PRO SPOLEČNOST, 2010. *Co je CSR a udržitelné podnikání* [online]. 2010 [vid. 2015-04-07]. Dostupné z: <http://www.byznysprospolecnost.cz/co-je-csr-a-udrzitelne-podnikani.html>.

BYZNYS PRO SPOLEČNOST, 2012. *Firma a životní prostředí – od prvních kroků ke komplexní strategii*. 1. vyd. Praha: Byznys pro společnost, 2012. ISBN 978-80-905188-1-0.

CALABRO, G. a S. VIERI, 2014. The Environmental Certification of Tourism: a Tool to Enhance the Unicity of a Territory. *Calitatea* [online]. Bucharest: Romanian Society for Quality Assurance, 2014, vol. 15, iss. 5, p. 44-54 [vid. 2015-04-10]. ISSN 15822559. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/1624972945?accountid=17116>.

CENIA, 2012a. *Ekologicky šetrné výrobky* [online]. 2012a [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/ekoznaceni/ekologicky-setrne-vyrobky>.

CENIA, 2012b. *Ekoznačení pro firmy* [online]. 2012b [vid. 2014-10-02]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/ekoznaceni/ekoznaceni-pro-firmy>.

CENIA, 2012c. *Ekoznačení pro spotřebitele* [online]. 2012c [vid. 2014-10-02]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/ekoznaceni/ekoznaceni-pro-spotrebitel>.

CENIA, 2012d. *Jak ekoznačení funguje* [online]. 2012d [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/ekoznaceni/jak-ekoznaceni-funguje#ucel>.

CENIA, 2012e. *Politika životního prostředí* [online]. 2012e [vid. 2014-10-01]. Dostupné z: [http://www.cenia.cz/\\_C12571B20041E945.nsf/\\$pid/CENMSFZUTSGE](http://www.cenia.cz/_C12571B20041E945.nsf/$pid/CENMSFZUTSGE).

CENIA, 2014. *Ekoznačka pro kancelářské a administrativní služby* [online]. 2014 [vid. 2014-11-07]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/node/581>.

CENIA, 2015. *Produkty s ekoznačkou Ekologicky šetrný výrobek/služba a Ekoznačkou EU udělenou v ČR* [online]. 2015 [vid. 2015-03-12]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/ekoznaceni/seznam-esv>.

CYKLISTÉ VÍTÁNI, 2013. *Cyklisté vítáni* [online]. 2013 [vid. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.cyklistevitani.cz/uvod.aspx>.

CZGBC, 2015. *Leadership in Energy & Environmental Design* [online]. 2015 [vid. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.czgbc.org/certifikace/leed>.

DŮVĚRYHODNÁ FIRMA, 2015. *Proč je dobré obdržet certifikát?* [online]. 2015 [vid. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.duveryhodnafirma.cz/about>.

ECOCAMPING, 2015. *Campingplätze mit ECOCAMPING* [online]. 2015 [vid.2015-02-13].Dostupné z: <http://www.ecocamping.net/index.php?id=63&L=0%20onfocus%3DblurLink%28this%29%3B%20onfocus%3DblurLink%28this%29>.

ENVIWEB.CZ, 2012. *Výkladový slovník environmentálních výrazů* [online]. 2012 [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: <http://www.enviweb.cz/eslovník/72>.

EUROPEAN COMMISSION, 2012. *Ecodesign – Your Future – How Ecodesign can help the environment by making products smarter* [online]. 2012 [vid. 2014-10-05]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5187/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

EUROPEAN COMMISSION, 2015a. *Facts and Figures* [online]. 2015a-03-19 [vid. 2015-03-20]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>.

EUROPEAN COMMISSION, 2015b. *The Ecolabel Catalogue* [online]. 2015b [vid. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/ecat/>.

FINANCE.CZ, 2010. *Jak na vlastní environmentálním tvrzení a férovou ekoreklamu* [online]. 2010-10-13 [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/283756-jak-na-vlastni-environmentalnim-tvrzeni-a-ferovou-ekoreklamu/>.

GEN, 2015a. *Members* [online]. 2015a [vid. 2015-02-25]. Dostupné z: [http://www.globalecolabelling.net/members\\_associates/map/index.htm](http://www.globalecolabelling.net/members_associates/map/index.htm).

GEN, 2015b. *Members and Associates* [online]. 2015b [vid. 2015-02-25]. Dostupné z: [http://www.globalecolabelling.net/members\\_associates/index.htm](http://www.globalecolabelling.net/members_associates/index.htm).

GREEN KEY, 2015a. *Green Key* [online]. 2015a [vid. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.green-key.org/>.

GREEN KEY, 2015b. *More about Green Key* [online]. 2015b [vid. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.green-key.org/menu/more-about-green-key>.

GREEN KEY, 2015c. *United Arab Emirates* [online]. 2015c [vid. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.green-key.org/menu/awarded-sites/united-arab-emirates>.

HERGESELL, O., 2015. *Nová centrála Vodafonu je ultra ekologická, stačí ji třetina energie* [online]. 2015-01-05 [vid. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://businessworld.cz/novinky/nova-centrala-vodafonu-je-ultra-ekologicka-staci-ji-tretina-energie-12072>.

HORÁKOVÁ, P., 2015. *Průzkum: Češi chtějí, aby firmy pečovaly o životní prostředí a férově komunikovaly* [online]. 2015-02-25 [vid. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-63589960-pruzkum-cesi-chteji-aby-firmy-pecovaly-o-zivotni-prostredi-a-ferove-komunikovaly>.

HOTEL ADALBERT, 2014. *Zelený hotel* [online]. 2014 [vid. 2014-11-09]. Dostupné z: <http://www.hoteladalbert.cz/CS/zeleny-hotel>.

HRUBÝ, P., 2010. *Čtyři české hotely překročily zvýšenou laťku ekologické šetrnosti* [online]. 2010-08-25 [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: [http://www.cenia.cz/\\_C12571B200411E945.nsf/\\$pid/CENMSG1SR06H](http://www.cenia.cz/_C12571B200411E945.nsf/$pid/CENMSG1SR06H).

CHRUDIM, 2014. *EMAS* [online]. 2014-10-22 [vid. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.chrudim.eu/zdrave-mesto/emas.html>.

IPSOS, 2015. *Kdo jsme* [online]. 2015 [vid. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.ipsos.cz/kdo-jsme/>.

JAKUBÍKOVÁ, D., 2008. *Strategický marketing – Strategie a trendy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2690-8.

JASANSKÁ & CO, 2015. *Ekoznačka* [online]. 2015-01-05 [vid. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.jasanska.com/ekoznacka.htm>.

KALOUSOVÁ, P., 2012. *Udržitelné podnikání: byznys hledá globální hodnoty* [online]. 2012-03-21 [vid. 2014-09-30]. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/udrzitelne-podnikani-byznys-hleda-globalni-hodnoty/r~i:article:738037/>.

KLÁŠTERKA, J., P. RŮŽIČKA, L. BABIČKA a K. REMTOVÁ, 2007. *EMAS Systém environmentálního řízení a auditu, Příručka k Programu EMAS. PLANETA odborný časopis pro životní prostředí*. Praha: Ministerstvo životního prostředí, 2007, roč. 15, č. 1, s. 2-15. ISSN 1801-6898.

KREUZ, J. a O. VOJÁČEK, 2007. *Firma a životní prostředí*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Oeconomika, Vysoká škola ekonomická v Praze, 2007. ISBN 978-80-245-1254-9.

KUNZ, V., 2012. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-3983-0.

MAPY.CZ, 2015. *Autokemp Kristýna* [online]. 2015 [vid. 2015-02-12]. Dostupné z: <https://www.mapy.cz/zakladni?x=14.8250405&y=50.8969858&z=13&q=autokemp%20krist%C3%BDna>.

MOSAIC HOUSE, 2013a. *Ekologie v praxi* [online]. 2013a [vid. 2015-02-12]. Dostupné z: <https://www.mosaichouse.com/cz/ekologie-v-praxi>.

MOSAIC HOUSE, 2013b. *Ocenění a certifikace* [online]. 2013b [vid. 2015-02-12]. Dostupné z: <https://www.mosaichouse.com/cz/oceneni-a-certifikace>.

MŽP, 2014a. *Dobrovolné nástroje* [online]. 2014a [vid. 2014-10-03]. Dostupné z: [http://www.mzp.cz/cz/dobrovolne\\_nastroje](http://www.mzp.cz/cz/dobrovolne_nastroje).

PAINT QUALITY INSTITUTE, 2013. *Eco-Labels* [online]. 2013 [vid. 2014-11-08]. Dostupné z: <http://www.paintquality.co.uk/health/ecolabels.htm>.

PAWLICZEK, A., 2011. *Udržitelný rozvoj – vybrané aspekty z oblasti podnikání*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2011. ISBN 978-80-7248-700-4.

PETROVÁ, A., 2007. *Ekoznačení v oblasti ubytovacích služeb* [online]. 2007-06-07 [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: [http://www.cenia.cz/web/www/cenia-akt-tema.nsf/\\$pid/MZPMSFKOCRLZ](http://www.cenia.cz/web/www/cenia-akt-tema.nsf/$pid/MZPMSFKOCRLZ).

POLÁŠKOVÁ, A., et al., 2011. *Úvod do ekologie a ochrany životního prostředí*. 1. vyd. Praha: Karolinum, Univerzita Karlova v Praze, 2011. ISBN 978-80-246-1927-9.

PRSKAVCOVÁ, M., K. MARŠÍKOVÁ, P. ŘEHOŘOVÁ a M. ZBRÁNKOVÁ, 2008. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008. ISBN 978-80-7372-436-8.

ŠIMÍČKOVÁ, M., 2014. *Environmentální politika* [online]. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2014, s. 15 [vid. 2014-09-30]. Dostupné z: [projekty.osu.cz/vsos/doc/environmentalni\\_politika.pdf](http://projekty.osu.cz/vsos/doc/environmentalni_politika.pdf).

ŠLESINGER, J., Z. KOZIELOVÁ a K. NAJMANOVÁ, 2008. *Čistší produkce – Příručka pro podniky a veřejnou správu*. 2. vyd. Praha: CENIA, česká informační agentura životního prostředí, 2008. ISBN 80-85087-59-6.

TECHNICKÁ SMĚRNICE Č. 42 – 2013. [online]. Praha: Ministerstvo životního prostředí, červenec 2013, s. 1-19 [vid. 2014-09-29]. Dostupné z: [www1.cenia.cz/www/sites/default/files/422013.pdf](http://www1.cenia.cz/www/sites/default/files/422013.pdf).

THE BLUE ANGEL, 2015. *Success Stories of the Blue Angel* [online]. 2015 [vid. 2015-02-12]. Dostupné z: <https://www.blauer-engel.de/en/blue-angelwhats-behind-ithistory/success-stories-blue-angel>.

TIMUR, 2014. *Environmentální reporting* [online]. 2014 [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: <http://www.timur.cz/environmentalni-reporting/environmentalni-reporting-11.html>.

TRETIRUKA.CZ, 2013. *Environmentální manažerské účetnictví* [online]. 2013 [vid. 2014-10-04]. Dostupné z: <http://www.tretiruka.cz/ankety/dobrovolne-aktivity/rizeni/environmentalni-manazerske-ucetnictvi-ema/>.

VESELÁ, L., 2013. *Sezonu na jezeře Olbersdorfer v nedalekém Sasku zahájí obří táborák* [online]. 2013-04-29 [vid. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/ustecky-kraj/jezero-olbersdorfer-sezonu-zahaji-obri-taborak-20130429-53jh.html>.

VLČKOVÁ, J., 2006. *Podnikový ekolog*. 1. vyd. Praha: IREAS, Institut pro strukturální politiku, 2006. ISBN 80-86684-46-6.

VODAFONE, 2010. *Vodafone jako první velká firma získal prestižní ekoznačku* [online]. 2010-05-26 [vid. 2014-11-08]. Dostupné z: <http://www.vodafone.cz/o-vodafonu/o-spolecnosti/pro-media/tiskove-zpravy/detail/vodafone-jako-prvni-velka-firma-ziskal-prestizni-e/>.

WELFORD, R., 2013. *Corporate Environmental Management 1: Systems and Strategies*. 2<sup>th</sup> ed. London: Earthscan, 2013. ISBN 978-1-85383-560-5.

## **Seznam příloh**

Příloha A: Přehled úrovně splnění povinných kritérií podnikem Kristýna a.s. (8 stran)

Příloha B: Environmentální prohlášení podniku Kristýna a.s. (2 strany)




Příloha C: Environmentální akční program podniku Kristýna a.s. (1 strana)

Příloha D: Logická rámcová matice navrhovaných opatření (3 strany)



# Příloha A

Tab. A1: Přehled úrovně splnění povinných kritérií podnikem Kristýna a.s.




Č.	Název a popis kritéria	Stav ve firmě
<b>ENERGIE</b>		
1.	<p><b>Elektrická energie z obnovitelných zdrojů</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimálně 50 % elektrické energie musí pocházet z obnovitelných zdrojů energie.</li> <li>• Nevztahuje se na kempy, které nemají přístup na trh elektrické energie z obnovitelných zdrojů.</li> <li>• Za překážku přístupu na tento trh se považují i závazná smluvní ujednání, která po dobu minimálně 2 let zabraňují změně dodavatele (hrozí sankce).</li> <li>• Obnovitelné zdroje jsou obnovitelné nefosilní přírodní zdroje energie:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ energie slunečního záření,</li> <li>○ energie větru,</li> <li>○ energie vody,</li> <li>○ geotermální energie,</li> <li>○ energie půdy,</li> <li>○ energie vzduchu,</li> <li>○ energie biomasy,</li> <li>○ energie skládkového plynu,</li> <li>○ energie kalového plynu z čistíren odpadních vod,</li> <li>○ energie bioplynu.</li> </ul> </li> </ul>	
2.	<p><b>Uhlí a těžké oleje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jako zdroje energie nesmí být používáno uhlí a těžké oleje s obsahem síry vyšším než 0,1 %.</li> <li>• Nevztahuje se na uhlí do krbů s dekorativní funkcí.</li> </ul>	
3.	<p><b>Energetická účinnost a výroba tepla</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pokud je instalováno nové zařízení na výrobu tepla po získání ekoznačky, musí to být vysoce účinná kogenerační jednotka, tepelné čerpadlo nebo účinný kotel.</li> <li>• Stávající teplovodní kotle na kapalná nebo plynná paliva, kogenerační</li> </ul>	



Č.	Název a popis kritéria	Stav ve firmě
	jednotky a kotle musí splňovat normy účinnosti podle příslušných směrnic, pokynů výrobce a vnitrostátních a místních právních předpisů.	
4.	<b>Klimatizace</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Všechny klimatizátory vzduchu pro domácnost pořízené v období platnosti ekoznačky musí mít energetickou účinnost minimálně třídy A anebo rovnocennou úroveň energetické účinnosti.</li> <li>• Nevztahuje se na klimatizace s možností využívání i jiných zdrojů energie nebo fungující na principu vzduch-voda a voda-voda, popřípadě na ta s výkonem (chladícím výkonem) vyšším než 12 kW.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	<b>Energetická účinnost budov</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemp musí odpovídat vnitrostátním právním předpisům a místním stavebním předpisům, které se týkají energetické náročnosti a účinnosti budov.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	<b>Izolace oken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Každé okno ve vytápěných a/nebo klimatizovaných místnostech a společných prostorech musí mít stupeň tepelné izolace v souladu s místními předpisy a klimatickými podmínkami a dále odpovídající úroveň zvukové izolace.</li> <li>• Nevztahuje se na nájemní obytné přívěsy a obytné vozy, které kemp nevlastní.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	<b>Vypínání topení nebo klimatizace</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V případě neexistence automatického vypínání topení a/nebo klimatizace v době, kdy jsou otevřená okna, musí být v prostoru hostu jednoduše dostupné upozornění, aby zavíral okno (okna), pokud je zapnuté topení nebo klimatizace.</li> <li>• Klimatizační a vytápěcí systémy pořízené v době platnosti ekoznačky musí mít funkci automatického vypínání při otevření okna (oken).</li> </ul>	<input type="checkbox"/>
8.	<b>Zhasínání světel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V případě neexistence systému automatického zhasínání světel v nájemním ubytovacím zařízení, musí být pro hosty jednoduše dostupné upozornění, aby zhasínali světla, pokud prostor opouštějí.</li> </ul>	<input type="checkbox"/>

Č.	Název a popis kritéria	Stav ve firmě
9.	<b>Energetická účinnost žárovek</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a) Minimálně 80 % žárovek v kempu musí mít energetickou účinnost třídy A (nevztahuje se na svítidla, která mají fyzikální vlastnosti zabraňující používání energeticky úsporných žárovek).</li> <li>• b) V místech, kde se předpokládá, že se bude svítit více než pět hodin denně, musí mít všechny žárovky energetickou účinnost třídy A (nevztahuje se na svítidla, která mají fyzikální vlastnosti zabraňující používání energeticky úsporných žárovek).</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	<b>Venkovní topidla</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pro vytápění venkovních prostor (například určených pro stravování, kuřácký koutek apod.), musí být využívána pouze zařízení využívající energii z obnovitelných zdrojů.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>VODA</b>		
11.	<b>Průtok vody z kohoutků a ze sprch</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Průměrná hodnota průtoku vody z kohoutků a sprch nesmí být vyšší než 9 litrů za minutu.</li> <li>• Pro kuchyňské a vanové kohoutky a kohoutky pro plnění kanystrů a nádrží platí výjimka.</li> </ul>	<input type="checkbox"/>
12.	<b>Odpadkové koše na toaletách</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Na všech toaletách musí být vhodný odpadkový koš spolu s výzvou, aby ho návštěvníci používali pro určité druhy odpadu namísto toalety.</li> </ul>	<input type="checkbox"/>
13.	<b>Splachování pisoárů</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Součástí všech pisoárů musí být automatické časové nebo ruční splachování fungující tak, aby nedocházelo k nepřetržitému splachování.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	<b>Výměna ručníků a ložního prádla</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemp musí informovat hosty o zásadách ochrany životního prostředí, které jsou zde uplatňovány.</li> <li>• Součástí informací musí být také vysvětlení, že ručníky a ložní prádlo se v nájemním ubytovacím zařízení vyměňují na žádost klientů nebo standardně v intervalech stanovených v rámci environmentálních zásad</li> </ul>	<input type="checkbox"/>

Č.	Název a popis kritéria	Stav ve firmě
	<p>kempu nebo podle zákona a/nebo vnitrostátních předpisů.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Týká se pouze ubytovacích zařízení, která nabízejí službu propůjčení a výměny ručníků a/nebo ložního prádla.</li> </ul>	
15.	<p><b>Správné zneškodňování odpadních vod</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hosté a personál musí být informováni o správném používání kanalizace, aby se do ní nevypouštěly látky, u kterých je riziko bránění čištění odpadních vod.</li> </ul>	<input type="checkbox"/>
<b>DETERGENTY A DEZINFEKČNÍ PROSTŘEDKY</b>		
16.	<p><b>Místo pro vypouštění odpadu z chemických toalet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V případě napojení kempu na septik se odpad z chemických toalet musí shromažďovat a zneškodňovat odděleně nebo jiným vhodným způsobem.</li> <li>• V případě napojení na veřejnou kanalizaci, musí fungovat zvláštní nádrž nebo shromažďovací jímka, aby se zabránilo únikům.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
17.	<p><b>Dezinfekční prostředky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezinfekční prostředky se mohou používat, jen pokud to vyžaduje zákon při plnění určitých hygienických požadavků.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>ODPAD</b>		
18.	<p><b>Třídění odpadu prováděné hosty</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hosté musí být informováni o tom, jak a kde mohou třídit odpad.</li> <li>• Speciální nádoby na tříděný odpad musí být dostupné stejně snadno jako ty na odpad netříděný.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
19.	<p><b>Třídění odpadu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Odpad musí být tříděn do kategorií, které je pak možné odděleně zpracovávat v zařízeních pro to určených.</li> <li>• Nebezpečný odpad musí být tříděn, shromažďován a zneškodňován podle přehledu obsaženého v rozhodnutí Komise 2000/532/ES.</li> <li>• Nebezpečný odpad zahrnuje: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ tonery,</li> <li>○ inkousty,</li> <li>○ chladicí a elektrická zařízení,</li> <li>○ baterie,</li> </ul> </li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>

Č.	Název a popis kritéria	Stav ve firmě
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ úsporné žárovky,</li> <li>○ léčivé přípravky,</li> <li>○ tuky a oleje,</li> <li>○ elektrické spotřebiče.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V případě, že místní orgány neumožňují tříděný sběr a/nebo zneškodňování nebezpečného odpadu, kemp s nimi musí písemně komunikovat o zájmu a možnostech odpad třídit (každoročně se musí podat žádost místním orgánům).</li> </ul>	
20.	<p><b>Výrobky na jedno použití</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pokud to nevyžaduje zákon, nesmí kemp poskytovat toaletní potřeby na jedno použití, které nelze znovu doplňovat (šampony, mýdlo apod.) a další výrobky, které nelze opakovaně používat (sprchovací čepice, kartáčky, pilníky apod.).</li> <li>• Pokud musí být takové výrobky k dispozici podle zákona, musí být hostům nabízeny obě alternativy (výrobky na jedno použití a na opakované použití) s výzvou nepoužívat ty na jedno použití.</li> <li>• Jednorázové potřeby na pití (kelímky), talíře, přístroje je možné používat, pouze pokud jsou vyrobené z obnovitelných surovin a jsou biologicky rozložitelné a kompostovatelné.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
21.	<p><b>Balení potravin podávaných k snídani</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemp nesmí nabízet (k snídani ani k jiným jídlům) potraviny v podobě jednotlivě balených porcí.</li> <li>• Výjimka platí pro roztíratelné výrobky z mléčného tuku (máslo, tavený sýr apod.), pomazánky z čokolády a arašídového másla a dietní nebo diabetické džemy a zavařeniny.</li> <li>• Platí, pokud není stanoveno zákonem jinak.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>JINÉ SLUŽBY</b>		
22.	<p><b>Zákaz kouření ve společných prostorech</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Každý společně užívaný vnitřní prostor musí mít nekuřáckou část.</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>
23.	<p><b>Veřejná doprava</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hostům i personálu musí být pomocí hlavního komunikačního prostředku v kempu snadno dostupné informace o veřejné dopravě</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>

Č.	Název a popis kritéria	Stav ve firmě
	<p>vedoucí do/z kempu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pokud je vhodná veřejná doprava v místě nedostupná, musí být poskytnuty informace o jiných, z hlediska životního prostředí vhodných, dopravních prostředcích.</li> </ul>	
<b>OBECNÝ SYSTÉM ŘÍZENÍ</b>		
24.	<p><b>Údržba a opravy kotlů a klimatizačních systémů</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Údržba a opravy kotlů a klimatizačních zařízení musí provádět kvalifikovaní odborníci podle pokynů výrobce nebo stanovených norem (IEC a jiné), minimálně jednou ročně nebo častěji, pokud je to nezbytné nebo to vyžadují právní předpisy.</li> <li>• U klimatizačních systémů se musí provádět údržba podle toho, kolik fluorovaného skleníkového plynu obsahují.</li> </ul>	
25.	<p><b>Environmentální politika a program</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Společnost musí mít vytvořenou politiku ochrany životního prostředí, stručné prohlášení a akční program zajišťující fungování v souladu s environmentální politikou.</li> <li>• V rámci akčního programu musí být stanoveny environmentální cíle zaměřené na energii, vodu, odpad, chemické látky.</li> <li>• Cíle musí být každé 2 roky přezkoumávány, přitom se zohlední volitelná kritéria a případně shromážděné údaje.</li> <li>• V rámci akčního programu musí být v kempu určena osoba odpovědná za oblast životního prostředí.</li> <li>• Odpovědná osoba přijímá potřebná opatření a dohlíží na plnění stanovených cílů.</li> <li>• Environmentální politika musí být volně přístupná pro veřejnost, aby se s ní mohl každý seznámit.</li> <li>• Připomínky a poznatky hostů získané z dotazníku nebo přehledu musí vedení kempu zohledňovat.</li> </ul>	
26.	<p><b>Školení personálu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personálu musí být poskytnuty informace o životním prostředí, školení, písemné materiály (příručky, postupy) s cílem zvýšení povědomí o šetrném chování k životnímu prostředí a zajištění provádění</li> </ul>	

Č.	Název a popis kritéria	Stav ve firmě
	<p>environmentálních opatření.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jedná se především o tyto oblasti: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ úspora energie,</li> <li>○ úspora vody,</li> <li>○ chemikálie,</li> <li>○ odpad.</li> </ul> </li> <li>• Celému personálu musí být poskytnuto školení minimálně jednou ročně.</li> <li>• Novým zaměstnancům musí být poskytnuto školení během prvních čtyř týdnů po nástupním dni.</li> </ul>	
27.	<p><b>Informování hostů</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hosté musí být informováni o environmentální politice podniku a o bezpečnostních a protipožárních předpisech.</li> <li>• Hosté musí být vyzýváni, aby přispívali k provádění environmentální politiky.</li> <li>• Poskytované informace musí obsahovat opatření prosazovaná v rámci environmentální politiky a údaje o ekoznačce.</li> <li>• Informace musí být hostům poskytovány aktivně na recepci spolu s dotazníkem, který jim umožní vyjádřit své názory na environmentální postoje firmy.</li> <li>• Na viditelném místě, hlavně ve společných prostorech, musí být umístěno upozornění s výzvou pro hosty, aby napomáhali plnění environmentálních cílů.</li> <li>• Jedná se především o cíle v těchto oblastech: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ energie,</li> <li>○ voda a odpadní vody,</li> <li>○ odpad.</li> </ul> </li> </ul>	
28.	<p><b>Údaje o spotřebě energie a vody</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Musí být stanoveny postupy sběru a kontroly údajů o: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ celkové spotřebě energie (v kWh),</li> <li>○ spotřebě elektrické energie a dalších energií (v kWh)</li> <li>○ spotřebě vody (v litrech).</li> </ul> </li> </ul>	

Č.	Název a popis kritéria	Stav ve firmě
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sběr údajů musí být prováděn minimálně jednou ročně, pokud možno každý měsíc, a to v období, kdy je kemp v provozu.</li> <li>Údaje musí být vyjádřeny také ve formě spotřeby na jeden nocleh a na 1 m<sup>2</sup> vnitřní plochy.</li> <li>Každý rok musí společnost předávat výsledky subjektu, který posuzoval žádost – Agentuře pro ekologicky šetrné výrobky a služby.</li> </ul>	
29.	<p><b>Sběr dalších údajů</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Musí být stanoveny postupy sběru a kontroly údajů o spotřebě chemikálií (v kilogramech a/nebo v litrech).</li> <li>Musí být uvedeno, zda je chemikálie koncentrát či nikoli a dále množství vzniklého odpadu (v kilogramech a/nebo v litrech netříděného odpadu).</li> <li>Sběr údajů musí být proveden minimálně jednou ročně, pokud možno každý měsíc.</li> <li>Údaje musí být uvedeny i jako spotřeba za jeden nocleh a na 1 m<sup>2</sup> vnitřní plochy.</li> <li>Každý rok musí společnost předávat výsledky subjektu, který posuzoval žádost – Agentuře pro ekologicky šetrné výrobky a služby.</li> </ul>	☐
30.	<p><b>Informace uváděné ve spojení s ekoznačkou</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>V souvislosti s ekoznačkou se musí uvádět komentář: „Tento kemp aktivně přijímá opatření k využívání obnovitelných zdrojů energie, úsporám energie a vody, omezení vzniku odpadů a zlepšení místního životního prostředí“.</li> </ul>	☐

Zdroj: vlastní zpracování podle Technická směrnice č. 42 – 2013 (2013)

Poznámka: význam použitých symbolů:



kritérium je splněno



kritérium není splněno



kritérium je nesplněno nebo částečně splněno, přičemž úplné splnění je možné realizovat v čase do jednoho roku s odhadovanými náklady v maximální výši 20 000 Kč



# Příloha B

## Environmentální prohlášení podniku Kristýna a.s.

Náš rekreační areál se nachází v přírodním prostředí, kterého si velmi ceníme a respektujeme. Společnost usiluje o to, aby dopady její činnosti měly na životní prostředí co nejmenší možný negativní vliv. Stále se snažíme zlepšovat naše působení v environmentální oblasti. Odpovědný přístup k přírodě je proto nezanedbatelnou součástí našeho poslání:

*Přejeme si klientům zajistit pobyt v přírodním prostředí s nespočty možností vyžití od romantických procházek až po adrenalinové životní zážitky tak, aby se k nám rádi vraceli. Současně se snažíme o odpovědný přístup k životnímu prostředí a o šíření této myšlenky v našem okolí.*

V současné době se ve firmě uplatňují následující aktivity a opatření:

### Management podniku

- máme stanovené formální environmentální prohlášení
- východiskem zlepšování vztahu podniku a životního prostředí je vytvořený akční program
- spolupracujeme s dodavateli oceněnými certifikacemi podle normy ISO 14001

### Hospodaření s vodou

- klientům jsou k dispozici automatické sprchy šetřící vodu
- každé dva až tři dny kontrolujeme vodoměry a sbíráme data, abychom zamezili únikům vody
- vodní kohoutky mají snížený průtok s ohledem na šetření vodou
- využívané toalety mají funkci úsporného splachování

### Spotřeba energie

- v co největší možné míře používáme pro ohřev vody obnovitelnou sluneční energii ze solárních panelů

- používáme úsporné žárovky
- nepoužíváme uhlí a těžké oleje

### **Nakládání s odpadem**

- třídíme odpad podle určených kategorií
- klienti mají k dispozici speciální kontejnery na tříděný odpad
- věnujeme zvýšenou pozornost nebezpečnému odpadu a jeho adekvátní likvidaci
- staré léky odevzdáváme v lékárně
- vyřazené lůžkoviny posíláme do útulku pro opuštěná zvířata

### **Provoz kanceláře**

- používáme kancelářský papír oceněný evropskou EU Ecolabel
- tonery do tiskáren necháváme znovu plnit
- elektronické vybavení kanceláří je klasifikováno minimálně energetickou třídou A

### **Okolní vegetace**

- v rekreačním areálu rostou a jsou vysazovány pouze místní druhy rostlin
- k odstraňování plevelů z cest a dalších prostor nepoužíváme žádné chemické přípravky
- nepoužíváme pesticidy

### **Doprava**

- návštěvníkům půjčujeme jízdní kola

# Příloha C

## Environmentální akční program podniku Kristýna a.s.

Do konce třetího čtvrtletí roku 2016 chceme docílit zavedení opatření v těchto oblastech:

### Informovanost a komunikace s klienty v problematice ochrany životního prostředí

- aktivně informovat klienty o environmentálních zásadách podniku
- vytvořit centrální informační místo soustřeďující důležité informace (environmentální politika podniku, vize a poslání firmy, zásady bezpečného a k životnímu prostředí šetrného chodu kempu, upozornění a výzvy pro klienty)
- vytvořit a na příslušných místech rozmístit informační tabulky vyzývající hosty k dodržování stanovených zásad ochrany životního prostředí
- vyzývat klienty, aby přispívali svým chováním k plnění environmentálních cílů podniku

### Vzdělávání klientů v environmentální oblasti

- rozmístit originální vzdělávací tabule
- provozovat informační stánek v rámci konaných sportovních a jiných akcí
- v rámci zábavního programu organizovat soutěže zaměřené na odpovědné chování k životnímu prostředí
- pořádat tematické hry pro děti

### Environmentální vzdělávání personálu

- vybraným pracovníkům poskytnout odborné školení na téma Environmentální odpovědnost podniku
- všechny členy personálu pravidelně proškolenat
- zajistit pro personál praktické příručky

### Sběr dat

- vytvořit a klientům rozdávat dotazníky pro vyjádření názorů a postojů k environmentální strategii podniku
- získaná data vyhodnocovat a zohledňovat v dalším směřování firmy

# Příloha D

Tab. D1: Logická rámcová matice navrhovaného projektu pro společnost Kristýna a.s.

	Ukazatele dosažení	Zdroje a prostředky ověření	Předpoklady dosažení
<p><b>Přínosy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• snížení spotřeby energie, vody</li> <li>• redukce nákladů</li> <li>• správné třídění odpadu</li> <li>• šetrné chování k životnímu prostředí</li> <li>• zlepšení image podniku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nižší závazky vůči dodavatelům energie, vody</li> <li>• nižší náklady</li> <li>• odpad v náležitých kontejnerech</li> <li>• kvalita okolního prostředí</li> <li>• publicita, názory zainteres. stran (veřejnosti atd.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• faktura od dodavatele energie, vody</li> <li>• účetní kniha, výsledovka</li> <li>• protokol o vyvážení kontejnerů a o likvidaci nebezpečného odpadu</li> <li>• zpráva o kvalitě okolní vody, ovzduší apod.</li> <li>• média (tisk, Facebook atd.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• respektování upozornění a dodržování pokynů klienty dle daných informací</li> <li>• jednání personálu v souladu s proškolením</li> <li>• komunikace projektu s veřejností</li> </ul>
<p><b>Cíle:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>splnění vybraných kritérií pro zisk ekoznačky</i></li> <li>• informování klienti</li> <li>• proškolený personál</li> <li>• podpoření komunikace o životním</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>soulad podmínek Technické směrnice a stavu v podniku</i></li> <li>• počet informovaných klientů</li> <li>• počet proškolených členů personálu</li> <li>• nové</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Technická směrnice, dokumentace výsledků projektu</i></li> <li>• záznam o poskytnutých poučeních</li> <li>• záznam o školení</li> <li>• záznamy o výrobě, nákupu, instalaci apod.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>soulad kroků projektu a požadavků kritérií</i></li> <li>• pozitivní přístup klientů</li> <li>• účast personálu na školení, pozitivní přístup</li> <li>• kvalitně odvedená práce</li> </ul>

	Ukazatele dosažení	Zdroje a prostředky ověření	Předpoklady dosažení
prostředí s oběma skupinami	komunikační prostředky		vedením, personálem, dodavateli
<b>Výstupy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>informační tabulky</li> <li>vitřina s informacemi</li> <li>pokyny k poučení klientů na recepci</li> <li>dotazníky pro klienty</li> <li>vzdělávací tabule</li> <li>environmentální zábavní program</li> <li>zorganizované školení</li> <li>příručky a znalosti ze školení</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>rozmístěné tabulky</li> <li>instalovaná vitřina + tabule</li> <li>počet poučených klientů</li> <li>počet vyplněných dotazníků</li> <li>počet účastníků zábavního programu</li> <li>počet účastníků školení</li> <li>počet rozdaných příruček personálu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>záznam o výrobě a rozmístění tabulek</li> <li>objednávky a faktury za zboží</li> <li>evidence informovaných klientů</li> <li>statistika dotazníků</li> <li>záznam o zábavních programech</li> <li>záznam o školení</li> <li>záznam o výrobě a distribuci příruček</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>fungující technické vybavení</li> <li>správné a včasné plnění objednávek zboží</li> <li>úspěšná instalace komunikačních prostředků</li> <li>zájem klientů o informace</li> <li>ochota klientů vyplnit dotazník</li> <li>zájem klientů o zábavní program</li> <li>pozitivní přístup personálu vůči školení</li> <li>přijetí příruček personálem</li> </ul>
<b>Aktivity:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>výroba tabulek, příruček atd.</li> <li>nákup a instalace vitřiny, tabulí atd.</li> </ul>	<b>Vstupy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><u>finanční</u>: nerozdělený zisk z minulého roku</li> <li><u>personální</u>: vedení + personál, externí specialista</li> </ul>		

	Ukazatele dosažení	Zdroje a prostředky ověření	Předpoklady dosažení
<ul style="list-style-type: none"> <li>• implementace nových komunikačních prostředků</li> <li>• informování klientů</li> <li>• zpracování dotazníků</li> <li>• organizace zábavního programu</li> <li>• nákup školících služeb</li> <li>• proškolení personálu</li> </ul>	<p>(školitel)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>materiální:</u> materiál, zboží (tabule atd.)</li> </ul>		

Zdroj: vlastní zpracování podle Kreuz a Vojáček (2007)