

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



DIPLOMOVÁ PRÁCE

**Analýza vlivu environmentálně zodpovědného přístupu
na obsazenost zeleného hotelu**

Jaroslava Martínková

© 2011 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jaroslava Martínková

obor Evropská agrární diplomacie

Vedoucí katedry Vám ve smyslu Studijního a zkušebního řádu ČZU v Praze čl. 17 odst. 2 určuje tuto diplomovou práci.

Název práce: **Analýza vlivu environmentálně zodpovědného přístupu na obsazenost zeleného hotelu**

Osnova diplomové práce:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika
3. Literární rešerše-Environmentální politika, Hoteliérství a cestovní ruch, Trvale udržitelný rozvoj v cestovním ruchu, Zelené hoteliérství, Certifikace v oblasti zeleného hoteliérství. Současný stav zeleného hoteliérství v ČR
4. Vlastní práce - Analýza environmentálně zodpovědného přístupu hotelů, Analýza environmentálně zodpovědného přístupu cestovních kanceláří
5. Závěr
6. Seznam použitých zdrojů
7. Přílohy

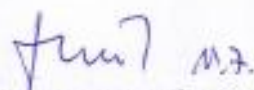
Rozsah hlavní textové části: 60 - 80 stran

Doporučené zdroje:

- [1] Mezřický, V., Environmentální politika a udržitelný rozvoj; 1. vydání – Praha: Portál, 2005, ISBN 80-7367-003-8
- [2] Welford, R. a Gouldson, A., Environmentální řízení & strategie podnikání, České vydání CEMC 1997, ISBN 80-85990-07-5
- [3] Kubínová, Z. a Šantora, Z., Systém environmentálního managementu a auditů (EMAS) v malých a středních podnicích, Ministerstvo životního prostředí 1998, ISBN 80-7212-037-9
- [4] České a slovenské odborné nakladatelství, Internetové stránky odborného časopisu pro gastronomii a hotelnictví Food service, online (25.10.2008): <http://www.foodservice.cz/archiv-clanek.php?archiv=53&item=41>
- [5] Frindtová, E. a Ben Ahmed, G. Časopis pro profesionály v cestovním ruchu, C.O.T. media s.r.o., COT business, ISSN 1212-4281 (vydání: březen 2007)
- [6] Horner, S. a Swarbrooke, J., Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Aplikovaný marketing služeb; Grada Publishing 2003, ISBN 80-247-0202-9

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Zdeňka Kroupová**

Termín odevzdání diplomové práce: duben 2011



Vedoucí katedry





Děkan

V Praze dne: 15. 1. 2010

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Analýza vlivu environmentálně zodpovědného přístupu na obsazenost zeleného hotelu" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 7.4.2011 _____

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí diplomové práce, Ing. Zdeňce Malé, Ph.D., za odborné vedení práce, za ochotu a trpělivost při dotazech a za povzbudivé rady po celou dobu vykonávání výzkumu a samotného psaní práce.

Další poděkování bych chtěla věnovat řediteli hotelu Adalbert, panu Davidu Turynskému, za přínosné rozhovory a informace k diplomové práci. Tento dík je určen i zaměstnancům hotelu Adalbert a hotelu Radisson BLU Alcron Hotel, neboť obdivuji jejich aktivní snahu o šetrný provoz hotelu a tím i pomoc životnímu prostředí.

Dále bych ráda poděkovala panu Petru Saifřídovi z České informační agentury životního prostředí za zodpovězení všech mých dotazů, za kvalitní a aktuální informace v dané problematice, které významně přispěly ke zpracování diplomové práce. Zde bych opět chtěla poděkovat a složit svůj obdiv za činnost v oblasti ekoznačení a podporu ekologie v České republice.

**Analýza vlivu environmentálně zodpovědného přístupu
na obsazenost zeleného hotelu**

Analysis of influence of environmentally responsible access
to green hotel occupancy

Souhrn

Ze zelených hotelů, které zastávají environmentální způsob řízení, se stává fenomén současné společnosti. Ubytovací zařízení, které provozuje svou činnost s takto šetrnějším přístupem k životnímu prostředí, může být jakékoliv kategorie od hotelů až po kempy.

Předmětem diplomové práce je zhodnocení zeleného hotelnictví v Evropě a v České republice, identifikace pojmů v oblasti trvale udržitelného rozvoje a environmentální politiky a dále objasnění nástrojů, kterými se může hotel podílet na environmentálním přístupu k životnímu prostředí. Hlavním cílem práce je zhodnocení vlivu environmentálního přístupu na obsazenost hotelu. Mezi dílčí cíle patří objasnění a dopady revize systému certifikace zelených hotelů, dále aktuální stav zeleného hotelnictví v Evropě a v České republice a zhodnocení vývoje obsazenosti konkrétního zeleného hotelu.

Pro seznámení s danou problematikou je použita analýza a následná syntéza sekundárních dat z odborné literatury a internetových zdrojů. K dosažení primárního cíle je použita metoda dotazníkového šetření a ke zhodnocení dílčích cílů jsou použita data od České informační agentury životního prostředí, dále informace poskytnuté hotelem Adalbert a hotelem Radisson BLU Alcron Hotel. Ke konečným výsledkům byl použit Fisherův kombinatorický test, řetězový index, grafy, porovnání nákladů a dalších informací.

Z výzkumu diplomové práce je patrné, že pro české hotely byla revize systému certifikace zelených hotelových služeb zcela zásadní. Hlavním problémem se jeví vyšší počáteční investice ke splnění kritérií v nové technické směrnici. Cestovní kanceláře se sice v dané problematice orientují, ale nemají téměř žádný vliv na konečnou obsazenost hotelu. Názory hotelů na vliv environmentálního přístupu na obsazenost jsou spíše skeptické, neboť management se již předem obává vysokých nákladů (které ovšem nebyly v této práci potvrzeny). Obě cílové skupiny dotazníkového šetření potvrdily, že současný klient (host hotelu) se stále orientuje podle ceny a environmentální přístup ubytovacího zařízení tak nemá vliv při jeho rozhodování.

Klíčová slova:

Udržitelný rozvoj, environmentální management, zelený hotel, certifikace, cestovní ruch

Summary

The green hotels, that use this environmental management style, are becoming the phenomenon of current society. The accommodations, that provide their activity with this responsible access to the environment, can be from each category from hotels to camps.

The subject of this diploma thesis is valorization of green hotels in Europe and in the Czech Republic, identification of terms in the area of sustainable development and environmental policy and to clear up tools, which hotels can provide in its access to environment. The main goal of this work is to valorize the influences at the occupancy of hotel. Between partials goals belong the explication and impacts of revision system of green hotels certification, analysis of an actual state of green hotels in the Europe and in the Czech Republic, valorization of the development of occupancy in the specific green hotel.

It was used the analysis and the synthesis of secondary data from special literature and the internet resources. To achievement the primary goal was used the method of questionnaire survey. To valorization the partial goals was used the data from the Czech information agency of the environment and further on information provided from the hotel Adalbert and the hotel Radisson BLU Alcron Hotel. About achievement these results was used the Fisher's combinatory test, chain index, graphs, comparing of costs and more information.

From the results of the diploma thesis is apparent, that revision of system of green hotels certifications was for Czech hotels utterly principal. Main problem is probably the high initial investment to get criteria in the new technical instruction. Travelling agencies are able to orient themselves in this situation, but they don't have almost any influence at the final occupancy of hotel. Hotel's views about the influence of environmental access to occupancy are rather skeptical; because the management is afraid of large costs (these costs were not proved). The target groups of questionnaire survey proved, that current client (hotel guest) chooses the accommodation on the basis of price and so the hotel environmental access still doesn't have influence.

Keywords:

Sustainable development, environmental management, green hotel, certification, tourism

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce	12
2.2 Metodika práce	12
3 Teoretická východiska	17
3.1 Politika životního prostředí.....	17
3.1.1 Zátěž a stav životního prostředí	17
3.1.2 Environmentální politika	18
3.1.2.1 Státní politika životního prostředí ČR	20
3.1.2.2 Environmentální management	22
3.1.2.3 Mezinárodní řada norem ISO 14001	24
3.2 Cestovní ruch a trvale udržitelný rozvoj.....	26
3.2.1 Cestovní ruch	26
3.2.1.1 Druhy cestovního ruchu.....	27
3.2.1.2 Cestovní kancelář.....	28
3.2.1.3 Cestovní agentura	29
3.4.1 Udržitelný rozvoj v cestovním ruchu.....	29
3.4.1.1 Základní principy a strategie trvale udržitelného rozvoje	30
3.4.1.2 Globální etický kodex cestovního ruchu	31
3.3 Hotelnictví	33
3.3.1 Ubytovací zařízení	33
3.3.1.1 Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR.....	34
3.3.1.2 Hotelové podnikání.....	35
3.3.1.3 Hotelové skupiny	36
3.4.2 Trvale udržitelný rozvoj v hotelnictví	38
3.5 Environmentálně zodpovědný přístup hotelů a jejich budování.....	39
3.5.1 Hotelové inženýrství v rámci šetrnějšího dopadu na životní prostředí.....	39
3.5.1.1 Budování hotelu v rámci trvale udržitelného rozvoje.....	40
3.5.2 Zelené hotelnictví	41
3.6 Certifikace a ekoznačení nejen v oblasti zeleného hoteliérství	42
3.6.1 Ekolabeling	42
3.6.1.1 Historie ekoznačení.....	43
3.6.1.2 Účel ekoznačení.....	44
3.6.2 Používané ekoznačky na mezinárodní úrovni	45
3.6.2.1 Green Globe	45
3.6.2.2 Green Hospitality Award	46
3.6.2.3 Miljödiplomering	46
3.6.2.4 Miljøfyrtårn.....	47
3.6.2.5 Nordic Swan	47
3.6.2.6 Österreichische Umweltzeichen	48
3.6.2.7 The Green Key.....	49
3.6.2.8 The Green Tourism Business Scheme	49
3.6.2.9 Der Blaue Engel.....	50
3.7 Ekolabeling zelených hotelů používaný v České republice.....	51
3.7.1 Národní program označování ekologicky šetrných výrobků a služeb	51
3.7.2 Program ekoznačení Evropské unie.....	53

3.7.3	Proces žádosti a povinnosti držitele ekoznačky.....	54
3.7.3.1	Proces žádosti o ekoznačku	54
3.7.3.2	Povinnosti držitele ekoznačky	55
3.7.4	Poplatky za ekoznačku.....	56
3.7.5	Kritéria pro získání ekoznačky	57
3.7.5.1	Původní kritéria pro Ekoznačku EU z roku 2003	57
3.7.5.2	Nová kritéria pro Ekoznačku EU z roku 2009.....	61
4	Praktická část	65
4.1	Vyhodnocení změny kritérií pro získání Ekoznačky EU a Ekologicky šetrné služby v České republice.....	65
4.1.1	Zelené hotely v České republice před poslední revizí systému	65
4.1.2	Porovnání změny v kritériích po poslední revizi systému.....	66
4.1.3	Zelené hotely v České republice po revizi systému.....	69
4.1.4	Porovnání počtu zelených hotelů v EU před a po revizi systému	71
4.1.5	Porovnání některých nákladů zeleného hotelu v rámci revize systému	74
4.1.6	Adaptace českého hotelnictví na nová kritéria technické směrnice EU	77
4.1.6.1	Adaptace hotelu Adalbert na nové požadavky po revizi systému Ekoznačky EU	77
4.1.6.2	Analýza vlivu zpřísněného environmentálního přístupu na obsazenost hotelu Adalbert	80
4.1.7	Analýza vlivu environmentálního přístupu cestovních kanceláří na obsazenost hotelu	86
4.1.7.1	Aplikace Fisherova kombinatorického testu na vyhodnocení vlivu environmentálního přístupu z hlediska typu CK	87
4.1.7.2	Aplikace Fisherova kombinatorického testu na vyhodnocení vlivu velikosti portfolia CK na zohlednění zelených hotelů.....	91
4.1.8	Analýza vlivu environmentálního přístupu hotelů na obsazenost hotelu	92
4.1.8.1	Fisherův kombinatorický test aplikovaný k vyhodnocení vlivu kapacity hotelu na existenci environmentálního managementu.....	92
4.1.9	Analýza vlivu environmentálního přístupu hotelů na zaměstnance hotelu	99
5	Závěr	103
6	Seznam tabulek	107
7	Seznam Grafů	108
8	Seznam použitých zdrojů.....	109
9	Přílohy.....	114
9.1	Obsazenost hotelu Adalbert dle národnosti hostů.....	114
9.2	Porovnání počtu zelených hotelů v Evropě v roce 2008, v době před revizí a po revizi technických směrnic	116
9.3	Porovnání obsazenosti v hotelu Adalbert v posledních čtvrtletí před a po revizi systému	117
9.4	Přehled počtů certifikovaných výrobků a služeb dle databáze CENIA (2010)	119
9.5	Dotazník určený pro CK	120
9.6	Dotazník pro hotely	123
9.7	Dotazník pro zaměstnance	127

1 Úvod

„Ekologické služby“ přírody jsou nenahraditelné. Společnost si proto stále intenzivněji klade za cíl uchování přírody a zlepšení kvality životního prostředí. S touto problematikou vzniká mimo jiné environmentální politika a trvale udržitelný rozvoj.

Ochrana životního prostředí je úkol pro celou společnost, a proto i v hotelové praxi začínají v současné době korespondovat ekonomické cíle s environmentálními. Z tohoto důvodu vzniká pojem „zelený hotel“ a certifikace v oblasti šetrných služeb. Zelený hotel se vyznačuje environmentálním způsobem řízení a tím provozuje svou činnost s šetrnějším přístupem k životnímu prostředí. Environmentální provoz může zvolit každé ubytovací zařízení, a proto řada evropských a světových hotelů již nalézá výhody v environmentálním managementu. Se zmíněnou problematikou vzniká ekoznačení šetrných hotelových služeb.

Nyní se i v České republice objevují zelené hotely, v kterých se odráží systematický přístup k ochraně životního prostředí. Je třeba ale zmínit, že ubytovací zařízení nemůže být nikdy zcela „zelené“, neboť každý hotel bude vždy využívat velké množství energií a vždy bude produkovat značný objem odpadu.

Hotel má několik možností, jak se může alespoň do určité míry podílet na ochraně životního prostředí. Existují environmentální nástroje a opatření, která jsou stanovena jednak v kritériích environmentálního managementu a jednak zhodnoceny certifikacemi a ekoznačením. Vhodným základem pro získání certifikace hotelových služeb je mezinárodní norma ISO 14001. V České republice může pak hotel získat např. „Ekoznačku EU“ a nebo českou certifikaci „Ekologicky šetrná služba“.

Diplomová práce navazuje na analýzy získané v bakalářské práci *Zelené hoteliérství v České republice*; obhájené v roce 2009 (Česká zemědělská univerzita v Praze).

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Primárním cílem diplomové práce je stanovení vlivu environmentálně zodpovědného přístupu na obsazenost zeleného hotelu. Tento cíl je diferencován z hlediska vlivu na obsazenost ze strany cestovních kanceláří a ze strany samotných hotelů.

Sekundárním cílem je porovnání kritérií certifikace zelených hotelů před a po revizi systému ze strany EU, včetně analýzy některých počátečních investic ke splnění těchto požadavků certifikace. Souvisejícím dílčím cílem je identifikace stavu zeleného hotelnictví v Evropě a v České republice v rámci zmíněné revize. Mezi další dílčí cíle patří zhodnocení aplikace nových kritérií technické směrnice EU na konkrétní zelený hotel a jeho vývoje obsazenosti (včetně odhadu předpokládaného trendu tohoto vývoje). Dalším cílem práce je zjištění vlivu environmentálního stylu řízení na zaměstnance hotelu.

Podcílem práce je objasnit teoretické pojmy v oblasti environmentální politiky a trvale udržitelného rozvoje, v cestovním ruchu a zeleném hotelnictví. Dalším souvisejícím cílem je identifikovat certifikace v dané oblasti a specifikace jejich kritérií.

2.2 Metodika práce

Diplomová práce je vypracována na základě několika typů metodiky, které se významně liší pro literární část práce a pro vlastní výzkum v praktické části.

Pro literární rešerši je použita analýza a následná syntéza sekundárních dat na základě prostudování informací z odborné literatury, článků a internetových zdrojů.

U praktické části se liší metodika dle jednotlivých cílů práce. Pro vyhodnocení hlavního cíle praktické části diplomové práce je použita metoda dotazníkového šetření (celkem 3 dotazníky určené různým cílovým skupinám):

K dosažení primárního cíle této práce je v rámci metody dotazníkového šetření sestaven dotazník s 15 otázkami. Typy otázek jsou většinou uzavřené: dichotomické, známkovací stupnice a otázky s více než dvěma volbami. Otevřené otázky typu „volné“ jsou použity v menším měřítku. V úvodu dotazníku jsou respondenti dotazováni na název cestovní kanceláře a na počet hotelů v jejich portfoliu. Co se týče uvedení názvu cestovní

kanceláře (dále CK), tato otázka je nepovinná. Každá CK může zvolit anonymní přístup v dotazníkovém šetření. Další otázky jsou definovány tak, aby byla zjištěna informovanost CK o existenci zelených hotelů a případná spolupráce s těmito hotely. Následující otázky se týkají názorů CK na informovanost, zájem a rozhodovací kritéria klientů v dané problematice. V závěru dotazníku jsou CK požádány o výběr vhodného výroku k zelenému hoteliérství, který stanoví celkový postoj CK k tomuto tématu.

Výzkum byl prováděn na základě požádání CK o vyplnění dotazníku v online podobě na portále „vyplnto.cz“. Respondent tak mohl vyplnit dotazník v práci nebo doma a to bez jakýchkoliv nátlaků či narušení soukromí ze strany kolegů či dotazovatele. CK byly osloveny emailem s přiloženým odkazem na samotný dotazník (konkrétně <http://zodpovedny-pristup-hotelu-k.vyplnto.cz/>). Dotazníkový sběr dat proběhl od 12.2. do 8.3. roku 2011. Dotazníkové šetření bylo určeno pro cestovní kanceláře incomingové i outgoingové, přičemž osloveno bylo asi 300 cestovních kanceláří. Dotazník vyplnilo 50 cestovních kanceláří, z toho 10 odmítlo poskytnout název společnosti. Úplnost a správnost vyplněných dotazníků je zaručena systémem portálu, který neúplný či nedokončený dotazník neodešle k vyhodnocení.

Pro vyhodnocení dotazníkového šetření je použit Fisherův kombinatorický test. Tímto testem je vyhodnocen vliv typu cestovní kanceláře na zohlednění zelených hotelů. Vyhodnocení Chí–kvadrátu zde není možné, protože některé z očekávaných počtů četností jsou menší než 5 a celkový soubor je roven 40. Z tohoto důvodu je stejný test použitý i na vyhodnocení vlivu velikosti portfolia CK na zohlednění zelených hotelů cestovními kancelářemi. Pro přehlednost vyhodnocení celkového výzkumu jsou sestrojeny grafy k vybraným otázkám.

Testování významnosti je provedeno na hladině významnosti 0,05. U Fisherova kombinatorického testu je vypočítána pravděpodobnost, se kterou by bylo možné neprávem odmítnout nulovou hypotézu, ač by byla správná. Je tedy vypočítána přímo významnost (signifikance), která se později srovnává se zvolenou hladinou významnosti. V případě, že je vypočítaná pravděpodobnost menší než zvolená hladina významnosti, odmítá se nulová hypotéza a přijímá se alternativní hypotéza. Pokud vypočítaná pravděpodobnost je větší než zvolená hladina významnosti, připouští se platnost nulové hypotézy.

Ke stanovení příslušné pravděpodobnosti je nutné použít pomocné tabulky, kde nejmenší četnost je postupně zmenšována o jedničku, než se dospěje k tabulce, v níž je minimální četnost nulová.

Pro tabulky (základní i pomocné) je nutné vypočítat pravděpodobnost p_i , se kterou může tato konfigurace výsledků nastat za předpokladu platnosti nulové hypotézy.

$$p_i = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n! a! b! c! d!}$$

- n – celková četnost
- a, b, c, d – četnosti v jednotlivých polích

Výsledná pravděpodobnost je pak určena jako součet všech hodnot p_i .

$$p = \sum p_i$$

Další dotazník, který je sestaven k dosažení cílů práce, je určen pro hotely. Tento dotazník má 17 otázek. Typy otázek jsou opět většinou uzavřené (dichotomické, otázky s více než dvěma volbami), ale i otevřené – u tohoto dotazníku byl „volným“ typem otázek zjišťován náhled na danou problematiku více než u cestovních kanceláří (daná problematika se týká především hotelů). Respondenti jsou nejprve dotazováni na název hotelu a jeho kapacitu. Název hotelu patří opět do nepovinných otázek. Další otázky zjišťují existenci environmentálního managementu v hotelu a školení zaměstnanců v této oblasti. Mezi další důležité otázky patří environmentální přístup hotelů a konkrétní nástroje tohoto přístupu. Následující otázky se týkají certifikací v dané oblasti a názorů na konkurenční výhodu tohoto stylu řízení. V závěru dotazníku jsou hotely, stejně jako CK v prvním dotazníku, požádány o výběr vhodného výroku k zelenému hoteliérství. Výzkum probíhal v online podobě na základě požádání hotelů osobním emailem s přiloženým odkazem dotazníku (<http://zodpovedny-pristup-hotelu.vyplnto.cz/>). Dotazníkový sběr dat proběhl od 12.2. do 8.3. 2011. Dotazník byl určen pro veškeré hotely České republiky a bylo osloveno přibližně 200 hotelů. Podařilo se získat 21 dokončených a správně vyplněných dotazníků, z toho 3 hotely odmítly poskytnout název. Pro vyhodnocení dotazníku je opět použit Fisherův kombinatorický test se zvolenou pravděpodobností 0,05 a pro přehlednost grafy.

Pro zhodnocení dílčího cíle této práce, týkajícího se názorů zaměstnanců hotelu na danou problematiku, je použit dotazník se sedmi otázkami. Typy otázek jsou především

uzavřené (dichotomické, otázky s více než dvěma volbami). Volným typem otázek je zjišťován pouze názor na environmentální přístup hotelu z hlediska vlivu na jejich práci. Otázky zjišťují nejprve informovanost zaměstnanců o environmentálním managementu v hotelu. Dále jsou respondenti dotazováni na školení dané problematiky v hotelu, na vliv environmentálně zodpovědného přístupu hotelu na jejich práci a na udržování environmentálních zásad i v místě jejich bydliště. Závěrem dotazníku jsou respondenti opět vyzváni k výběru vhodného výroku o zelených hotelech. Tento výzkum probíhal na rozdíl od ostatních dotazníků přímo v hotelu na meetinzích jednotlivých úseků hotelu. Dotazníkový sběr dat proběhl od 16.2. do 2.3. 2011. v hotelu Radisson BLU Alcron Hotel. Dotazník je určen pro zaměstnance všech hotelových úseků. Osloveno bylo přibližně 70 respondentů a podařilo se získat 55 dokončených a správně vyplněných dotazníků. Pro vyhodnocení dotazníku jsou použity grafy a slovní zhodnocení. Statistická významnost není v tomto případě určena, protože respondenti jsou ze stejného hotelu a dotazník nebyl sestaven na základě požadované závislosti odpovídáných hodnot, ale na základě jednotlivých názorů zaměstnanců z jednoho podniku.

K dosažení dalšího dílčího cíle, konkrétně porovnání kritérií k získání certifikace Ekoznačky EU před a po revizi systému EU, byly prostudovány technické směrnice dané problematiky dostupné na webových stránkách České informační agentury životního prostředí (dále Cenia).

K samotnému porovnání jsou vypočteny procentuelní změny a řetězový index:

Řetězový index

$$r_T = \frac{x_T}{x_{T-1}}$$

- r_T...poměr dvou dat (let) T a T-1
- x_T...hodnota T-ho data (roku)

Ke zhodnocení nákladů z hlediska revize systému Ekoznačky EU byly prostudovány internetové stránky výrobců žárovek a dodavatelů energií na základě získaných výsledků z předešlého porovnání kritérií. [41-46]

Co se týče analýzy počtu zelených hotelů v Evropě a České republice, jsou použity internetové stránky agentury Cenia a katalog zelených služeb EU. Další informace k této analýze byly získány na základě komunikace (polostandardizovaný rozhovor a aktivní emailová komunikace) s panem Petrem Saifrídem z agentury Cenia.

Pro zhodnocení vývoje zeleného hoteliérství (včetně vypořádání se s novými kritérii Ekoznačky EU) v České republice jsou získána data a informace z hotelu Adalbert, konkrétně od pana Davida Turynského. Data týkající se obsazenosti, hodnoty RevPar a aplikace nových kritérií na hotel Adalbert jsou porovnána s daty z bakalářské práce (viz zdroj v kapitole 9), z roku 2009, a vložena do jednotlivých grafů. Pro předpokládaný vývoj obsazenosti a hodnoty RevPar je použita funkce „spojnice trendu“ v Excelu (Microsoft Office).

Závěr diplomové práce je stanoven na základě zhodnocení výsledků jednotlivých cílů diplomové práce.

3 Teoretická východiska

3.1 Politika životního prostředí

3.1.1 Zátěž a stav životního prostředí

Vstup do 21. století je z ekologického hlediska považován za dobu rozporuplnou. Životnímu prostředí se už desítky let věnuje velká pozornost z důvodu nepříznivých následků lidských aktivit na přírodu a její nenahraditelné služby, které byly zaznamenány již v padesátých letech 20. století. Mezi hlavní příčiny negativního ovlivňování životního prostředí patří stále se zvyšující nároky na uspokojování lidských potřeb a růst populace na naší planetě. Lidská populace dosáhla první miliardy na přelomu 18. a 19. století, ale od té doby přibylo během pouhých dvou set let dalších 5 miliard lidí. [1] [2] Dnes se odhaduje počet obyvatel na více než 6,5 miliard, přičemž populace stále roste ročně přibližně o 78 milionů. [3] Nárůst lidské populace zvyšuje spotřebu zboží, surovin, energie a vody. Je třeba zmínit, že populace v rozvojových zemích spotřebují jen zlomky energie a surovin ve srovnání s industrializovanými a vyspělými zeměmi. Stejně tak produkují pouhé zlomky odpadů a skleníkových plynů na rozdíl od ekonomicky rozvinutých států. Dle Václava Mezřického je nutné si uvědomit, že i když populace těchto bohatých zemí roste pouze minimálně, je i tak plně zodpovědná za dosavadní environmentální problémy naší planety. Je tedy zřejmé, že to není počet jedinců, který zodpovídá za negativní dopad na životní prostředí, ale způsob jejich života. [1]

Podle slov Bedřicha Moldana se stav globálních životodárných systémů rychle zhoršuje. Průměrná teplota na Zemi stoupá, přibývá mnoho ničivých bouří, povodní a požárů lesů. Stratosférická ozonová vrstva je zredukována a každým rokem se zvětšuje ozonová díra nad Antarktidou a Arktidou. Znečištění oceánů stoupá, ničí se korálové útesy a mizí pobřežní ekosystémy. Lesy mírného pásma téměř neexistují a jejich zbytky se stále kácejí. Nadále ubývá i tropických lesů na Zemi. Rychlé tempo rybolovu vede k tomu, že některé z komerčních druhů ryb jsou na pokraji vyhubení. Dále ubývá zemědělské půdy jak její degradací, například erozí, tak i tím, že se na ní stavějí města a silnice. [2] Václav Mezřický také zmiňuje lidské činnosti nejrůznějšího typu, které ovlivňují charakteristiky všech složek životního prostředí. Mezi tyto aktivity patří spalování fosilních paliv a tuhých

odpadů, které vede ke zvyšování koncentrací škodlivých látek v ovzduší a skleníkového efektu. Tyto spalovací procesy, emise z dopravy (silniční, železniční, letecké a vodní) a emise z nesilničních zdrojů (zemědělské, lesní a stavební stroje, vozidla armády, apod.) způsobují znečišťování ovzduší, které v důsledku ohrožuje lidské zdraví, lesy, zemědělskou produkci, strukturu a funkci ekosystémů a viditelnost. Důležité je zmínit také chemizaci horninového prostředí, kdy oráním, okopáváním, hnojením, odvodňováním či naopak zavlažováním pozměňuje člověk svou činností přirozenou strukturu půdy a významně ovlivňuje její fyzikální vlastnosti. Lidské aktivity, spojené s průmyslem, dopravou či zmenšováním plochy a oddělováním přírodních ekosystémů, nebezpečně ohrožují biologickou diverzitu na naší planetě. [1]

Na urychlení těchto nepříznivých změn má také podíl současný fenomén globalizace. Globalizace přináší rychlý růst světového obchodu, při kterém stále rostoucí množství zboží překonává obrovské vzdálenosti. Stejně tak svou podporou konkurence přispívá k rychlému růstu produktivity a efektivity ekonomické činnosti všude na světě. Nelze ale popírat, že globalizace s sebou nese i povzbudivé signály. Široce se rozvíjí vědecké poznání a informovanost. [2]

„Ekologické služby“ přírody jsou nenahraditelné a neobnovitelné. Člověk svou činností tyto služby ohrožuje. V posledních letech si společnost toto ohrožení životního prostředí stále více uvědomuje. Bere si za cíl uchování přírody a zlepšení kvality životního prostředí, a proto vzniká mimo jiné environmentální politika. [1]

3.1.2 Environmentální politika

Environmentální politika nebo také politika životního prostředí si obecně klade za cíl uchovat a vylepšit kvalitu životního prostředí, života a zdraví obyvatel při respektování požadavku udržitelného rozvoje. Reaguje tak na potřebu vzájemné integrace dosud často sektorově orientovaných aktivit a stejně tak se snaží reagovat na všechny závažné změny stavu životního prostředí. [4]

Dle Richarda Welforda a Andrewa Gouldsona lze environmentální politiku definovat také jako skupinu cílů organizace, které musí značit odhodlání podniku ke zlepšování ochrany životního prostředí. Cíle podniku musí být detailní, aby jasně definovaly budoucí

aktivity a poskytly informace pro vedení a pracovníky, kteří tak mohou rozpoznat oblasti svých zodpovědností a pravomocí. [5]

Současná environmentální politika je v porovnání s politikou životního prostředí v osmdesátých letech minulého století mnohem diferencovanější. Vyplývá to hlavně ze změny názírání na životní prostředí a jeho ochranu. Nejúčinnějším způsobem ochrany životního prostředí a hospodaření se zdroji při nastolování vztahů trvale udržitelného rozvoje je kombinace různých prostředků. Soubor prostředků environmentální politiky představují:

- administrativní řízení (základní formou administrativního řízení je právní regulace),
- samoregulace (proces, jímž je organizovaná skupina reguluje chování svých členů),
- dobrovolnost (jednostranné rozhodnutí, které neobsahuje žádný prvek donucení),
- výchovné a informační strategie (výchova, výcvik, podávání informací, právo veřejnosti na informace o životním prostředí, ekologické označování produktů, zveřejňování úspěšných případů o chování k životnímu prostředí),
- ekonomické nástroje (cenové signály, systém vlastnických práv apod.). [1]

Ideální environmentální politika je taková environmentální politika, která zavazuje firmu jít za hranice požadavků či nařízení zákonů a směrnic. Environmentální politika by měla definovat a uznat, že všechny stránky aktivit podniku od účetnictví a nákupu k návrhu produktů, k výrobě, odbytu, marketingu, distribuci a používání a likvidování výrobků budou mít dopad a vliv na životní prostředí. Stanovení a obsah této politiky se bude měnit od podniku k podniku a bude ovlivněn činností příslušného podniku. Jsou ale určité základní principy a doporučení environmentální politiky, kterými se může obsah skupiny cílů řídit:

- uplatnit zásady „udržitelného rozvoje“ (tzn. že je vyhověno potřebám současné generace, aniž by ale byla ohrožena možnost uspokojení potřeb generací budoucích)
- převzít dostupné normy na ochranu životního prostředí (u všech činností podniku a ve všech zemích) a překonat nebo přinejmenším vyhovět příslušným směrnicím

- přijmout a uznat posouzení dopadů všech svých výrobků a služeb na životní prostředí (ve všech stádiích čili „od kolébky ke hrobu“ produktu, včetně použitých surovin a likvidace použitých výrobků)
- minimalizovat používání materiálů, dodávek a energií a všude, kde je to možné, používat obnovitelné nebo recyklovatelné materiály a díly
- minimalizovat produkci odpadů ve všech oblastech svého podnikání, usilovat o bezodpadové procesy, řešit odpady hned u zdroje jejich vzniku
- učinit všechny nevyhnutelné odpady neškodnými (likvidovat je tak, aby měly co nejmenší dopad na životní prostředí)
- vyžadovat i od všech obchodních partnerů, dodavatelů, smluvních stran a prodejců co nejvyšší stupeň ochrany životního prostředí
- zlepšit vztahy a spolupráci s obcí, širokou veřejností a založit programy vzdělávání a styků s veřejností
- zvolit správnou strategii dopravy a posoudit celkovou infrastrukturu podniku vzhledem k životnímu prostředí
- uznat a stanovit trvale dopad všech výrob a procedur na životní prostředí s použitím environmentálních auditů
- angažovat se při hledání nových řešení environmentálních problémů a pomáhat v rozvoji externích environmentálních iniciativ
- ochraňovat přírodu a vytvářet programy na ochranu životního prostředí
- přijmout zodpovědnost za škody na životním prostředí (nepřenášet vinu za škody a nehody na jiné. [5])

Environmentální problematika a její řešení prostředky environmentální politiky je záležitostí celé společnosti. Na přípravě a samotném provádění environmentální politiky by se měl podílet celý společensko-politický systém. [1]

3.1.2.1 Státní politika životního prostředí ČR

Na tvorbě environmentálních konceptů, zákonů a opatření se ve skutečnosti podílejí významnější měrou jen některé subjekty politického systému. Koncepty environmentální politiky ve formě zákonných předloh a plánů (v České republice Státní politika životního

prostředí) a prováděcích programů, navrhují a schvalují vlády. Plány a prováděcí programy připravují společně ústřední orgány státní správy, kterých se řešená témata nejvíce dotýkají, např. ministerstva průmyslu, dopravy, zemědělství či zdravotnictví. Zpracovatelem hlavní části plánu a koordinátorem jeho přípravy bývají ale ministerstva životního prostředí. Parlament projednává v některých státech vládou schválenou environmentální politiku a prováděcí programy a zprávy o stavu životního prostředí, předkládané ministerstvem životního prostředí. Parlament se tak na tvorbě environmentální politiky podílí nejen schvalováním vládou předkládaných předloh zákonů, ale také zákonodárnou iniciativou. [1]

V České republice byla vládou schválena v roce 2004 Státní politika životního prostředí ČR (SPŽP), která vymezuje rámec pro dlouhodobé a střednědobé směřování rozvoje environmentálního rozměru udržitelného rozvoje České republiky pro období let 2004 - 2010. Jedná se o souhrnný dokument, který zastřešuje všechny koncepční materiály v oblasti životního prostředí. [4]

Účelem SPŽP je poskytnout jakési vodítko (nástroje) pro rozhodování a aktivity na mezinárodní, celostátní, krajské a místní úrovni, směřující k dosažení zlepšení kvality životního prostředí, k uplatnění principů udržitelného rozvoje v souladu s evropskou i českou strategií udržitelného rozvoje a ke zvyšování ekonomické efektivnosti a sociální přijatelnosti environmentálních programů, projektů a činností.

Státní politika životního prostředí ČR se v souladu s 6. akčním programem životního prostředí EU soustřeďuje hlavně na řešení problémů v oblasti:

- ochrany přírody, krajiny a biologické rozmanitosti
- udržitelného využívání přírodních zdrojů, ochrany vod a nakládání s odpady
- snižování zátěže životního prostředí pocházející z lidské činnosti, zlepšování environmentálních standardů pro kvalitu lidského života
- ochrany klimatického systému Země a omezení dálkového přenosu znečištění ovzduší. [4]

Tvorba ekologické politiky, její provádění, rozhodování o jejích cílech či o způsobech jejího uskutečňování nejsou ale výlučnou funkcí pouze subjektů politického systému. Environmentální politika a užívání jejích prostředků se děje za účasti adresátů

environmentálních požadavků i široké veřejnosti. Pro subjekty environmentální politiky, které reprezentují zájmy občanské veřejnosti, se užívá pojem nevládní organizace (non-governmental organizations) nebo dle českého právního řádu nestátní neziskové organizace. Termín ale není zcela výstižný, protože ponechává stranou skupiny, které se organizují jen při vyjednávání o řešení konkrétního problému na konkrétním místě a pro víceméně omezené časové rozpětí (malé, neorganizované skupiny či jednotlivci nebo veřejnost jako taková).

Mezi nejdůležitější činnosti, jimiž se tyto organizace podílejí na environmentální politice patří: výchova veřejnosti k environmentálnímu uvědomění, shromažďování informací, plnění některých úkolů monitoringu, účast na procesu prosazování, hledání kompenzací a iniciování reforem právních úprav ochrany životního prostředí. [1]

3.1.2.2 Environmentální management

„Environmentální management je systematický přístup k ochraně životního prostředí v podnikání, jehož prostřednictvím se podniky zabývají ve své podnikatelské strategii i v běžném provozu péčí o životní prostředí. Musí se vytvořit, zavést a udržovat vhodně strukturovaný systém environmentálního managementu, který je součástí celkového systému řízení a zahrnuje všechny prvky environmentálního chování podniku.“ [6, citace Ing. Kubínové a Ing. Šantory ze str.3]

Zavedení environmentálního managementu je pro podnik zcela dobrovolné rozhodnutí. Vedoucí představitelé firmy si ale již v současné době uvědomují, že pokud má jejich podnik obstát v konkurenčním prostředí, budou muset do své podnikatelské strategie zahrnout i otázky ochrany životního prostředí. Výsledkem této strategie je jednak příspěvek k trvalému ekonomickému růstu, ale i k prosperitě podniku a postupné snižování negativních dopadů aktivit podniku, výrobků nebo služeb na přírodu. [6]

Mezi klady environmentálního managementu patří zvýšení důvěry zákazníků a zájmových skupin podniku, zlepšení přístupu podniku ke kapitálu při investicích a snížení nákladů na pojištění, zvýšení šance na získání státních zakázek, snížení nákladů podniku na likvidaci odpadů a na poplatky a pokuty za nedodržování legislativy, péče o životní a pracovní prostředí se stává důležitou součástí motivace zaměstnanců. [7]

Zavedením environmentálního manažerského systému (EMS) se šetří materiály a energie, v regulované sféře (např. spalovny toxických látek) může být i podmínkou pro získání licence. Nejvýznamnějším dokumentem organizace se zaváděným environmentálním manažerským systémem je již zmíněná environmentální politika, která obsahuje stanovení strategických cílů vytvářející základní rámec pro konkrétní činnost a pro stanovení environmentálních záměrů a cílů. Při zavádění EMS je tak environmentální politika povinně zveřejňovaný dokument. [7]

Evropská unie zřídila za účelem zjišťování a sledování vlivu činností organizací na životní prostředí a zveřejňování informací formou jednotlivých environmentálních prohlášení (prohlášení k životnímu prostředí) tzv. EMAS. Zkratka EMAS pochází z anglického názvu Eco Management and Audit Scheme, což lze přeložit jako Ekologické řízení a audit podniku. EMAS je tedy jeden z dobrovolných nástrojů ochrany životního prostředí, který motivuje organizace k odpovědnému přístupu a ke zlepšování environmentální výkonnosti nad rámec legislativních požadavků. [8]

Obrázek 1.: *Logo Eco Management and Audit Scheme*



Systém EMAS je jedním ze dvou způsobů, kterým organizace může přistoupit k zavedení tzv. systému environmentálního řízení. Druhým nástrojem sloužícím k zavedení systému environmentálního managementu je norma ISO 14001. Tato norma byla vydána v roce 1996 Mezinárodní organizací pro normalizaci (ISO – International Organization for Standardization) a slouží, stejně jako EMAS, pro certifikaci podniku nezávislou třetí stranou. Oba dva způsoby zavedení systému environmentálního řízení si jsou v mnoha částech podobné – environmentální politika, neustálé zlepšování, cíle a cílové hodnoty, programy, zavedení systému a jeho provoz, monitorování a přezkoumání vedením. Lze říci, že EMAS rozšiřuje systém environmentálního řízení dle normy ISO 14001, zejména z pohledu transparentnosti, kdy organizace se zavedeným systémem dle EMAS je povinna zveřejňovat environmentální prohlášení a otevřeně diskutovat s veřejností a dalšími zainteresovanými stranami. [8]

Pro zavedení environmentálního managementu ve firmě existují různé předpisy a normy.[6] Pro problematiku řešenou v této práci postačí vysvětlení technické normy řady ISO 14000, reprezentovanou především kmenovou normou ČSN EN ISO 14001 Systémy environmentálního managementu, neboť slouží jako dobrý základ pro environmentálně zodpovědný přístup hotelu.

3.1.2.3 Mezinárodní řada norem ISO 14001

Mezinárodní norma ISO 14001:2004 (ČSN EN ISO 14001:2005) definuje požadavky na systém environmentálního managementu (styl řízení a systém ochrany životního prostředí) tak, aby podnik mohl řídit svá rizika (tzv. environmentální aspekty) v závislosti na činnosti podniku. Tato norma souvisí s normou ISO 9001 (zabývající se systémem managementu jakosti) a stejně tak je kompatibilní s normou OHSAS 18001 (zabývající se bezpečností a ochranou zdraví pro práci). [9] ISO 14001:2004 je tedy nástroj, který je zaměřován na kontrolu a řízení vlivů na životní prostředí nebo na to, jak výrobky, služby a aktivity podniku ovlivňují životní prostředí. [10]

Podnik, který ještě normu ISO 14001:2004 ve svém managementu neuplatňuje, musí zvážit veškeré environmentální aspekty podniku. Environmentální politika podniku musí být stanovena tak, aby:

- odpovídala povaze, rozsahu a environmentálním dopadům všech činností podniku,
- zavazovala podnik k neustálému zlepšování a prevenci znečišťování životního prostředí,
- zavazovala podnik k plnění všech požadavků platných zákonů a nařízení na ochranu životního prostředí
- poskytovala environmentální cíle a cílové hodnoty,
- byla dokumentována, realizována a sdělována zaměstnancům,
- byla dostupná veřejnosti. [6]

Pro splnění požadavků normy ISO 14001:2004 na EMS musí podnik nejdříve vytvořit a udržovat postupy k identifikaci environmentálních aspektů všech svých činností, které může řídit a na které může mít určitý vliv tak, aby byly určeny ty aspekty, které mají významné dopady na životní prostředí. Podnik by měl zajistit, aby tyto aspekty byly vzaty

v úvahu při stanovování environmentálních cílů. Dále musí podnik vytvořit a udržovat environmentální cíle, které jsou v souladu s environmentální politikou podniku a se závazkem předcházet znečišťování životního prostředí. Je důležité určit odpovědnost za dosažení cílů pro každou příslušnou funkci a úroveň organizace, prostředky a časový rámec, ve kterém má být cílů dosaženo. Mezi další nezbytnosti patří proškolení všech zaměstnanců, jejichž práce může mít dopad na životní prostředí. Podnik musí dále vytvořit postupy pro interní komunikaci a udržovat informace, které popisují základní prvky tohoto EMS.

Mezi další požadavky EMS dle normy ISO 14001:2004 patří havarijní připravenost a reakce; monitorování a měření klíčových znaků svého provozu a činnosti; vytvoření postupů identifikace, vedení a likvidace environmentálních záznamů; stanovení programů a postupů pro provádění periodických auditů EMS a pravidelné přezkoumání EMS vedením podniku. [6]

„Mezi hlavní výhody registrace ISO 14001:2004 patří:

- Zlepšení vlivu v oblastech ochrany životního prostředí, pod vedením top managementu a jím přijatého závazku.
- Prostřednictvím efektivnějšího využívání energií a vody a minimalizace odpadů může být dosaženo snížení nákladů.
- Snížení nebezpečí znečišťování životního prostředí a tím i zamezení zbytečných nákladů na čištění a / nebo provádění donucovacích opatření.
- Dodržování legislativních požadavků prostřednictvím identifikace nových právních předpisů, a jejich zavádění v přiměřené době.
- Snížení rizika a následných nákladů nebo trestního stíhání dodržováním právních předpisů.
- Pozitivního vnímání značky a tím i organizace jako celku, který má pod kontrolou svůj vliv na životní prostředí.
- Zdokonalení obchodního zaměření a komunikace v otázkách životního prostředí.
- Zlepšení rentability prostřednictvím snižování nákladů a zlepšení spokojenosti zákazníků.“ [10, citace z webových stránek Certifikační společnosti NICEIC Group Ltd.]

Norma ISO 14001:2004 je určena pro takové organizace, které jsou si vědomy odpovědnosti vůči životnímu prostředí a chtějí podporovat jeho ochranu a prevenci znečištění v rovnováze se sociálními a ekonomickými potřebami. Systém environmentálního managementu je dále určen pro podniky, které usilují o snížení provozních nákladů, o možnost získání konkurenční výhody, o snížení rizika vlivu činnosti na životní prostředí (nehody) nebo o vyhnutí se pokutám a jiným sankcím spojených s poškozováním životního prostředí. [9] Normu mohou používat všechny typy podniků, odvětví či velikostí. Ideálně se ale přizpůsobují spíše velké provozy, protože důležité je vhodné rozdělení povinností mezi zaměstnance a rozpočet zahrnující výdaje na ekologický provoz. Systém takového managementu se obrací především k zaměstnancům podniku (dovnitř provozu), neboť se ukazuje, že např. třídění odpadu je úkol právě pro samotný podnik (pro zaměstnance) a nikoliv pro klienty. [11]

Na mezinárodní normu ISO 14001:2004 navazuje norma ČSN EN ISO 14004:2005 (systémy environmentálního managementu). Tato je norma je tzv. Všeobecná směrnice k zásadám, systémům a podpůrným metodám, kde je uveden propracovaný návod na širší rozsah systému environmentálního managementu, než poskytuje ČSN EN ISO 14001. Norma ISO 14004:2005 je soustředěna především na neustálé zlepšování výkonnosti a efektivnosti celé organizace. [12]

Pro tuto práci je důležitá i definice norem ISO 19011 a ISO 14024, které jsou proto blíže definovány v kapitole 3.6.

Norma ISO 14001:2004 je v současné době tím nejrozšířenějším environmentálním manažerským systémem, s více než 111000 certifikovanými organizacemi ve 138 zemích celého světa. [10]

3.2 Cestovní ruch a trvale udržitelný rozvoj

3.2.1 Cestovní ruch

Světová organizace cestovního ruchu (United Nations World Tourism Organization) definuje cestovní ruch jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících

v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest. Cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, neboť zahrnuje dopravu, služby cestovních kanceláří (či agentur), turistická zařízení (poskytující ubytování a stravování), průvodcovské služby, turistické informační systémy apod. [13]

Cestovní ruch je důležitým ukazatelem životní úrovně obyvatelstva. Podílí se na všestranném rozvoji osobnosti, umožňuje obnovu duševních a fyzických sil, je nástrojem léčebného působení, slouží k využití volného času, vytváří nový životní styl, slouží jako nástroj vzdělávání a kulturní výchovy, podporuje vzájemné poznání mezi lidmi a motivuje ke znalostem cizích jazyků. Důležitá je i vědecko-informační funkce cestovního ruchu, kdy dochází k výměně informací (např. kongresová turistika). Mezi další důležité funkce patří vytváření pracovních příležitostí a vliv na platební bilanci státu.

Cestovní ruch tvoří významnou složku světové ekonomiky jednotlivých zemí. V některých státech vytváří hlavní zdroj příjmů obyvatel. Jako každá hospodářská činnost vytváří cestovní ruch pro každou lokalitu příležitost, ale zároveň i ohrožení. Příležitosti a ohrožení se projevují jednak v oblasti ekonomické a sociální, tak i v oblasti životního prostředí. Při nadměrné koncentraci turismu může docházet ke znehodnocování rekreačního potenciálu krajiny. Mezi významné negativní jevy patří hluk, znečišťování vody a ovzduší, devastace flóry a fauny, poškozování památek a problémy s likvidací odpadu. [13]

3.2.1.1 Druhy cestovního ruchu

Příjezdový cestovní ruch ČR

Příjezdový cestovní ruch, který zahrnuje návštěvu a pobyt nerezidentů (zahraničních návštěvníků) na území České republiky, se také nazývá jako cestovní ruch aktivní. [14]

Na trhu příjezdového cestovního ruchu v oblasti zajišťování služeb zahraničním návštěvníkům působí kategorie subjektů, které se zabývají prodejem služeb cestovního ruchu do zahraničí:

- V oblasti cest na dovolenou, za zábavou a poznávacích cest jsou to zpravidla cestovní agentury, případně i cestovní kanceláře, které nakupují služby v místě nebo regionu a následně je prodávají do zahraničí, kde je odběratelem zahraniční

cestovní kancelář. Cestovní kanceláře a agentury působící v příjezdovém cestovním ruchu jsou také známé pod pojmem inomingové nebo přijímající.

- V segmentu pracovních a obchodních cest působí subjekty, jejichž zákazníky jsou hlavně korporace nebo asociace. Jedná se o firmy, které organizují kongresy, konference a další produkty. V praxi jsou tyto firmy nazývány jako Professional Congress Organizer nebo Congress Travel Agent.
- Dalším typem organizace působící v oblasti příjezdového cestovní ruchu v segmentu služeb pro korporace a asociace je tzv. Destination Management Company, která operuje v konkrétním regionu nebo celostátně. Tyto organizace nabízí destinace jako komplex a jejich nabídka zahrnuje celé spektrum služeb a informací o podmínkách cestovního ruchu a současně i celé balíčky služeb a jejich komponenty. [15]

Výjezdový a domácí cestovní ruch ČR

Výjezdový cestovní ruch (také pasivní) se týká návštěv a pobytu rezidentů (domácích návštěvníků) mimo území České republiky a domácí cestovní ruch je cestovní ruch rezidentů na území České republiky. [14]

Cestovní kanceláře a agentury, které obsluhují domácí trh a poskytují služby domácím zákazníkům, se také nazývají jako vysílající. Jedná se o nejvíce viditelné subjekty cestovního ruchu, které se prezentují v médiích, mediálních kampaních a jejich jména a představitelé jsou většinou veřejně známí.[15]

3.2.1.2 Cestovní kancelář

Cestovní kanceláře vytvářejí produkt cestovního ruchu (organizují zájezdy), proto mají v cestovním ruchu nezastupitelnou úlohu. Nakupují do poskytovatelů služby cestovního ruchu, kombinují je a vytvářejí tak jejich balíčky. Prodávají tedy jednotlivé služby nebo jejich balíčky a to zpravidla za jednu cenu. V současné době poskytují cestovní kanceláře širokou nabídku cest a pobytů do velkého množství destinací v nejrůznějších cenových relacích a prakticky ve všech ročních obdobích. Z ekonomického hlediska se řadí mezi obchodní partnery leteckých společností a ubytovacích zařízení.

Cestovní kanceláře se zabývají zejména: nákupem dopravních, ubytovacích a dalších služeb; vytvářením kombinací služeb a jejich balíčků; nabídkou a prodejem služeb či balíčků; monitorováním realizace těchto služeb a informační a propagační činností. [15]

3.2.1.3 Cestovní agentura

Cestovní agentury mají klíčovou roli v distribučním procesu cestovního ruchu, neboť zprostředkovávají zájezdy. Mají odlišné ekonomické postavení od prodejců v ostatních odvětvích a komoditách. Nenakupují totiž zboží na vlastní účet a do zásoby, ale jsou odměňováni poskytovateli služeb formou provize za zprostředkování prodeje služeb. V současné době dochází k systémové změně vztahů mezi poskytovateli služeb a cestovními agenturami, protože zejména letečtí dopravci již neposkytují zmíněné provize za prodej letenek. Cestovní agentury pak k ceně musí aplikovat vlastní zprostředkovatelský poplatek. Ostatní dodavatelé služeb u provizního systému setrvávají. Dopravní společnosti, ubytovací zařízení a cestovní kanceláře uzavírají s cestovními agenturami smlouvy o zprostředkování a prodeji svých služeb.

Cestovní agentury se zabývají zejména: obstaráváním a prodejem dopravních cenin a ubytování; prodejem standardních zájezdů cestovních kanceláří; prodejem výletů, exkurzí a transferů; obstaráváním a prodejem vstupenek na společenské, kulturní a sportovní akce; směnářskou službou; prodejem map, turistických plánů a turistické literatury a informačním servisem. V činnosti cestovních agentur má nezastupitelnou úlohu hlavně zmíněná služba informační, neboť služby cestovního ruchu jsou nehmotné a jsou poskytovány zpravidla na vzdáleném místě a s časovým odstupem. [15]

3.4.1 Udržitelný rozvoj v cestovním ruchu

Cestovní ruch hraje velice významnou roli v rozvoji oblasti. Na negativní důsledky neustálého rozvoje cestovního ruchu na životní prostředí nebyla dlouho věnována pozornost, ačkoliv jsou v porovnání s ostatními dopady kteréhokoli jiného průmyslového odvětví srovnatelné. Až v posledních letech se poukazuje na mohutný rozvoj cestovního ruchu a nutnost řešení otázky jeho trvalé udržitelnosti. [16]

O udržitelném rozvoji se vede mnoho diskuzí a jednání na mezinárodní úrovni. Existuje proto také mnoho definic udržitelného rozvoje. Základní myšlenku udržitelného rozvoje asi nejvýstižněji popisuje definice ze Zprávy pro Světovou komisi OSN pro životní prostředí a rozvoj (WCED) nazvané Naše společná budoucnost, která byla předložena již v roce 1987: „Trvale udržitelný rozvoj je takový způsob rozvoje, který uspokojuje potřeby přítomnosti, aniž by oslaboval možnosti budoucích generací naplňovat jejich vlastní potřeby.“ [17, citace Gro Harlem Brundtlandové z webových stránek agentury Cenia,]

Nejedná se pouze o ekologický hospodářský rozvoj, ale také o všeobecně vyvážený rozvoj oblasti. Hospodářské nároky na rozvoj oblasti je důležité sladit jak s ekologií, tak i se společenskou a kulturní funkcí dané oblasti.

Vzhledem ke zmíněné definici trvale udržitelného rozvoje lze trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu charakterizovat jako poskytování služeb účastníkům cestovního ruchu tak, aby vedl k rozvoji území, s přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot a napomáhal k dlouhodobé prosperitě daného území, aniž by ohrožoval uspokojení potřeb a možnosti budoucích generací.[16]

Udržitelnost cestovního ruchu je tedy vymezena ve vztahu k místní komunitě, k zájmům podnikatelských subjektů, k zájmovým skupinám, k přírodnímu a kulturnímu dědictví, k prostředí a výjimečně ve vztahu k přírodě. Cestovní ruch je udržitelný tehdy, kdy aktivity poskytovatelů služeb návštěvníkům a vlastní aktivity těchto návštěvníků ovlivňují místní komunitu, ekosystémy a biosféru takovým způsobem, kdy nevratně nemění tuto místní komunitu, ekosystémy a biosféru. Tyto principy jsou uplatnitelné v každé formě a druhu cestovního ruchu. Je tedy důležité zmínit, že se nejedná o jednu z kategorií cestovního ruchu, ale je to přístup k cestovnímu ruchu jako takovému. Jednotlivé kategorie cestovního ruchu se pak mohou rozlišovat jako „trvale udržitelné“ či „netrvale udržitelné“.[13]

3.4.1.1 Základní principy a strategie trvale udržitelného rozvoje

V České republice byla v roce 2007 schválena Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 až 2013. Cílem této Koncepce je zvýšení ekonomické výkonnosti cestovního ruchu a zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, při respektování zájmů ochrany přírody a krajiny a dalších složek životního prostředí. Hlavní cíle Koncepce tak navazují na „Strategii udržitelného rozvoje České republiky“ (usnesení vlády č.1242/2004), která představuje dlouhodobý rámec pro udržení základních civilizačních hodnot a kvality života společnosti.[18] Strategie se opírá o čtyři základní pilíře: ekonomický (posilování konkurenceschopnosti ekonomiky); environmentální (ochrana přírody, životního prostředí, přírodních zdrojů a krajiny, environmentální limity); sociální (posílení sociální soudržnosti a stability) a o pilíř tvořený výzkumem, vývojem a vzděláváním. [19]

Mezi základní principy udržitelného rozvoje patří:

- propojení základních oblastí života (ekonomické, sociální a životního prostředí);
- dlouhodobá perspektiva (zvažovat dlouhodobé dopady, strategicky plánovat);
- uvědomit si, že kapacita životního prostředí je omezená;
- předběžná opatrnost (důsledky některých lidských činností nejsou vždy známé);
- prevence (efektivnější než řešit dopady);
- kvalita života (materiální, společenský, etický, estetický, duchovní, kulturní apod.);
- sociální spravedlnost;
- zohlednění vztahu lokální – globální (činnosti na místní úrovni ovlivňují problémy na globální úrovni, vytvářejí je nebo je mohou pomoci řešit);
- mezigenerační odpovědnost (rovnost práv);
- demokratické procesy (zapojení veřejnosti) [17]

Posílení národní a regionální ekonomiky států rozvojem cestovního ruchu podporuje i Světová obchodní organizace (WTO). WTO si vytyčila několik cílů - jedním z nejdůležitějších cílů je zmírnění chudoby rozvojových zemí díky udržitelnému rozvoji cestovního ruchu. Světová obchodní organizace zastává myšlenku, že cestovní ruch, který je rozvíjen v mezích udržitelnosti a přináší skutečný užitek lidem z rozvojových zemí, může prospívat budoucnosti celého světa. [16]

3.4.1.2 Globální etický kodex cestovního ruchu

Globální etický kodex cestovního ruchu (Kodex) byl přijat Valným shromážděním Světové organizace cestovního ruchu na třináctém zasedání v roce 2001. Tento kodex stanovuje zásady rozvoje cestovního ruchu s cílem minimalizace negativních vlivů na životní prostředí. Usiluje také o maximalizaci přínosů cestovního ruchu na podporu již zmíněného trvale udržitelného rozvoje, zmírnění chudoby a toleranci mezi státy. [16]

Zásady podnikatelské etiky jsou obsahem deseti článků Kodexu:

- „Článek 1: Podíl cestovního ruchu na vzájemném porozumění a respektování národů a společností

- Článek 2: Cestovní ruch jako nástroj individuálního a kolektivního uspokojení
- Článek 3: Cestovní ruch jako faktor udržitelného rozvoje
- Článek 4: Cestovní ruch jako aktivita využívající kulturního dědictví lidstva a přispívající k jeho zdokonalení
- Článek 5: Cestovní ruch, prospěšná aktivita pro hostitelské země a komunity
- Článek 6: Závazky účastníků rozvoje cestovního ruchu
- Článek 7: Právo na turistiku
- Článek 8: Svoboda pohybu turistů
- Článek 9: Práva pracovníků a podnikatelů v oblasti průmyslu cestovního ruchu
- Článek 10: Aplikace principů Globálního etického kodexu cestovního ruchu“ [20, citace z Globálního etického kodexu cestovního ruchu, Rezoluce přijatá Valným shromážděním]

Ve vztahu k životnímu prostředí jsou důležité především Články 3 a 4.

Třetí článek hovoří o tom, že všichni účastníci rozvoje cestovního ruchu by měli chránit životní prostředí, s cílem dosažení přiměřeného, nepřetržitého a udržitelného ekonomického rozvoje, tak aby docházelo k rovnoprávnému uspokojování potřeb a tužeb současných i budoucích generací. Veřejné orgány by měly upřednostňovat a podporovat formy rozvoje cestovního ruchu, které zachovávají drahé a vzácné zdroje. Dále je důležité usilovat o rozložení toků turistů a návštěvníků v čase a prostoru. Aktivity cestovního ruchu by měly být plánovány tak, aby neohrožovaly ekosystémy a biodiverzitu. Za ideální je považovaná přírodní turistika a ekoturistika, pokud jsou ovšem v souladu s Kodexem.

Čtvrtý článek uvádí, že politiky a aktivity cestovního ruchu by měly respektovat umělecké, archeologické a kulturní dědictví. Finanční zdroje získané z návštěv kulturních památek by měly být částečně používány na ochranu a rozvoj tohoto dědictví. Aktivity cestovního ruchu by také měly podporovat zachování tradičních kulturních řemesel a produktů.

Pro zaměření této diplomové práce je důležitý také Článek 6, který popisuje závazky účastníků rozvoje cestovního ruchu. Odborníci v oblasti cestovního ruchu musí poskytovat objektivní a pravdivé informace o místech určení a o podmínkách cestování. Smluvní ustanovení by měla být snadno pochopitelná, hlavně pokud se jedná o cenu, kvalitu služeb či finanční náhradu v případě porušení smlouvy z jejich strany. Mezi další hlavní zásady

v tomto článku patří existence vhodných systémů pojištění a pomoci. Odborníci cestovního ruchu by měli dbát o bezpečnost, prevenci nehod a ochranu zdraví. Dále by se měli podílet na kulturním a duchovním uspokojování turistů. Veřejné orgány ve spolupráci s příslušnými odborníky by měly umožnit návrat turistů v případě úpadku podniku, který organizoval zájezd.

Pro účely této práce je také důležitý bod z Článku 9, kde je zmíněné právo a povinnost získat přiměřené počáteční i trvalé proškolení pro zaměstnance. [20]

Globální etický kodex cestovního ruchu přijala do svých koncepčních dokumentů již i celá řada podniků v České republice. Existence tohoto kodexu podporuje mezinárodní porozumění, míru a prosperitu společnosti. [16]

3.3 Hotelnictví

3.3.1 Ubytovací zařízení

Susan Horner definuje ubytovací a stravovací zařízení jako takové společnosti, které jsou nějakým způsobem zúčastněny v poskytování služeb klientům (hotely, restaurace, hostince apod.). Hosté ubytovacích a stravovacích zařízení jsou turisté, ale značnou část tvoří i místní lidé, kteří navštěvují své oblíbené restaurace či hostince. Mezi základní služby těchto společností patří poskytování noclehu (ubytovací služby), jídla a nápojů (stravovací služby). Součástí ubytovacích zařízení jsou obvykle i další související služby, jako je např. pořádání konferencí a kongresů. Hosté jsou rozděleni do různých tržních segmentů, které mají odlišné potřeby – to určuje typy a zaměření ubytovacích a stravovacích zařízení. Například klienti na obchodních cestách preferují jednolůžkové pokoje a požadují vybavení jako je fax, internet a vybavené psací stoly. Na druhou stranu rodiny upřednostňují prostorné pokoje s více lůžky, možnost péče o kojence či nabídku dětského jídelníčku a dětského koutku.

Úspěšné ubytovací zařízení musí získat takové složení hostů, které mu zaručí plnou obsazenost v průběhu celého týdne, ale i roku. Během pracovního týdne by měli ubytování vyhledávat klienti na obchodních cestách a naopak o víkendech rodiny či celé zájezdy. Ubytovací průmysl je závislý na sezóně a hospodářské situaci konkrétních zemí.[21]

3.3.1.1 Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR je dobrovolný systém, který definuje požadavky na jednotlivé kategorie a třídy ubytovacích zařízení. Oficiální metodika vznikla ve spolupráci Asociace hotelů a restaurací ČR, Unihost (Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách ČR), Czech Tourim (státní příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj) a Ministerstva pro místní rozvoj. Klasifikace se stala součástí mezinárodního systému Hotelstars Union, který sjednocuje kritéria v rámci sedmi evropských zemí (Česká republika, Rakousko, Německo, Nizozemí, Švýcarsko, Maďarsko a Švédsko).

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR přinesla od roku 2010 nový systém přidělování hvězdiček, zaručuje stejné parametry kvality ubytovacích zařízení a klade si za cíl sjednotit klasifikaci hotelových služeb. Tato klasifikace vznikla na základě německé klasifikace a průzkumů očekávání hotelových hostů a jejich potřeb. Host se může se zmíněným systémem hvězdiček kdykoli seznámit a přesvědčit se o tom, co jednotlivá kategorie a třída ubytovacího zařízení garantuje.

Kategorie ubytovacích zařízení jsou Hotel, Hotel garni, Motel, Penzion a Botel, přičemž každá kategorie je členěna do 4 až 5 tříd. Hodnotících kritérií je celkem 270 a počet hvězdiček pro každou kategorii určuje dosažení určitého počtu povinných a volitelných kritérií.

Společná klasifikace přináší jednotný a koordinovaný přístup k certifikaci, jednotnému značení, transparentnost poskytovaných služeb a zaručuje snadnou orientaci spotřebitelů v kategoriích a třídách ubytovacích zařízení. [22]

Pro účely této diplomové práce postačí definice kategorie „hotel“: „Hotel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovací), člení se do pěti tříd.“ [22, citace z Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení ČR, Hotely.cz]

K rozdělení ubytovacích zařízení do tříd se používají hvězdičky :

- * Tourist
- ** Economy
- *** Standard
- **** First Class
- ***** Luxury [23]

Kategoriím typu hotel garni (má vybavení jen pro omezený rozsah stravování), pension (má omezený rozsah společenských a doplňkových služeb), motel (zejména pro motoristy) a depandance (vedlejší budova ubytovacího zařízení bez vlastní recepcie, organizačně související s hlavním ubytovacím zařízením) mohou být přiděleny maximálně čtyři hvězdičky.

Ubytovací zařízení, která splňují více než jen povinná kritéria a minimální počet nepovinných kritérií, mohou získat navíc ještě označení „Superior“.[23]

Obrázek 2.: Značení ubytovacího zařízení dle oficiální metodiky



Zdroj: [23]

3.3.1.2 Hotelové podnikání

Dle Ing. Petra Kosmáka lze v současném hotelnictví rozeznávat několik způsobů provozování hotelů:

Nezávislý hotel

Hotel, který je provozován nezávisle na jiném hotelovém subjektu. Tento způsob provozování hotelu má vliv na know-how, marketing a rezervace, neboť nejsou zajišťovány žádným globálním distribučním systémem.

Rezervační systém

Hotel, který za roční členský poplatek využívá celosvětového rezervačního systému. Kromě již zmíněného členského poplatku hradí ještě určitou částku za každou rezervaci. Hotel, který je provozován tímto způsobem, nemá oprávnění využívat žádné obchodní jméno, může pouze uvádět své členství v propagačních materiálech. [24]

Rezervační a marketingový systém, síť

Hotel, kterému členství v určité skupině hotelů přináší možnost využívání jednak známého obchodního jména a celosvětového rezervačního systému, tak i další služby mateřské společnosti. Mezi tyto služby patří zejména marketingové aktivity. Hotel platí

roční paušální poplatek, rezervační poplatky a také příspěvky na konkrétní marketingové aktivity.

Franšízový systém

Hotel, který je provozován v rámci franšízového systému, průběžně dostává od mateřské společnosti řetězce komplexní služby a používá ochrannou hotelovou známku globálního významu. Tento systém zahrnuje celosvětový rezervační systém, manuály řízení, školení standardu kvality, marketing včetně reklamních kampaní, obchod s rezervačními centrály, centrální nákup, controlling a poradenství. Za tyto služby se hradí vstupní poplatek, marketingový poplatek, poplatek za známku a rezervační poplatky.

Smlouva o řízení

Hotel je provozován manažerskou hotelovou společností, přičemž nemovitost je ale majetkem jiného subjektu. Vlastník nemovitosti předává manažerské firmě na základě smlouvy o řízení objekt k řízení. Každoročně se sjednává rozpočet, podle kterého je manažer povinen hotel provozovat. Manažerská firma, která hotel řídí a provozuje, přináší vlastní know-how, obchodní známku a rezervační systém. Uvedená forma spolupráce plně nahrazuje nájemní smlouvu. Vlastník platí manažerské společnosti základní a motivační odměnu (podíl na zisku). [24]

3.3.1.3 Hotelové skupiny

Spolupráce v oblasti řízení hotelů a licencování značek je dnes jedním z preferovaných způsobů spolupráce subjektů v hotelovém průmyslu. Hotely a jejich způsob řízení se také rozlišují podle hotelových skupin. [24]

Hotely vlastněné hotelovými skupinami

Hotely, které jsou ve vlastnictví hotelového řetězce, jsou základnou jejich rozšiřování a vzorem, jak jsou hotely v daném řetězci provozovány. Jedná se většinou o projekty společnosti pro případy jejího rozšiřování v různých formách strategie rozvoje. Tyto hotely vlastněné hotelovými skupinami bývají stabilní finanční jistotou provozovatele sítě.

Hotely pronajaté hotelovými skupinami

Pronájem hotelu je asi nejobvyklejší způsob předání hotelového objektu do správy jiného subjektu. V současné době se ale od tohoto způsobu provozování hotelů upouští, neboť se ukázalo, že nájemci nemají odpovídající vztah k zařízení, které mají najaté. Řetězce mají navíc v pronajatých hotelech velmi složitou pozici pro udržení kvality poskytovaných služeb. [24]

Hotely franšizované hotelovými skupinami

Hotely, které mohou být v různých formách vlastnictví i řízení, ale je v nich aplikováno know-how franšizingového systému. Výše uvedené „hotely ve vlastnictví hotelové skupiny“ jsou pro rozšiřování franšizy pilotními projekty poskytovatele franšizy (franšizora), které dokládají funkčnost systému a rentabilitu vloženého kapitálu příjemce franšizy (franšizanta).

Hotel na základě franšizingové smlouvy vstupuje do hotelového řetězce a může tak využívat výhod, které řetězec svým členským hotelům dává. Franšizing je jedním z několika způsobů jak zapojit hotel do hotelové skupiny (řetězce) a využít tak globálního pohybu turistů. Úspěch franšizingového partnerství je založen na individuálním řízení hotelu nabyvatelem franšizy a síle celosvětově působícího poskytovatele franšizy. Nejznámější franšizor služeb v oblasti hotelnictví je hotelový řetězec Holliday Inn.

Hotely řízené na základě smlouvy o řízení

Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, tyto hotely vlastní jiný subjekt, než který je provozuje. Tato forma spolupráce je tedy založena na tzv. manažerské smlouvě, kde se definuje pojem Vlastník (majitel hotelového subjektu) a pojem Manažer (manažerská firma, která hotel provozuje a řídí). Manažer v daném hotelu podniká na účet a jméno Vlastníka.

V současné době se jedná o jeden z nejdynamičtější se rozvíjejících způsobů provozování hotelů, protože manažerská smlouva dává Vlastníkovi možnost využít podnikatelských příležitostí v hotelovém průmyslu a přitom snižovat riziko plynoucí z neznalosti předmětu podnikání (které musí zabezpečit manažerská firma). Dodnes ale v řadě zemí (ani v České republice) neexistuje obecná právní norma pro tento typ smlouvy.

V řadě případů má proto podobu mandátní a komisionářské smlouvy v jejich kombinaci.
[24]

3.4.2 Trvale udržitelný rozvoj v hotelnictví

Intenzita a rozsah ochrany životního prostředí se liší v různých regionech a lokalitách případ od případu. Je třeba si uvědomit, že ochrana životního prostředí je úkol pro celou současnou i budoucí generaci. Proto i v hotelové praxi jdou v současné době stále častěji ekonomické a environmentální cíle ruku v ruce. Řada evropských a světových hotelů začíná nalézat výhody v environmentálním managementu.[25]

Environmentální profil hotelu je ovlivněn polohou zařízení ve městě, v horské či chráněné oblasti apod., neboť zde vznikají i další nejen environmentální požadavky regionu. Mezi environmentální požadavky na hotelové služby v rámci trvale udržitelného rozvoje patří především:

- „optimálně využívat energie;
- separovat recyklovatelný odpad;
- zodpovědné nakládání s biologickým odpadem;
- promyšlené zacházení s odpadními vodami obecním úřadem nebo soukromým podnikem;
- biologicky odbouratelné čisticí prostředky;
- nakupování s ohledem na ochranu životního prostředí;
- environmentální informace pro hotelové hosty a odpovědné úřady.“ [25, citace z časopisu COT business, str.68]

Z těchto požadavků se odvíjejí konkrétní opatření pro šetrný provoz hotelu, jako např. opatření k úsporám spotřeby vody, pro omezení množství odpadu, k recyklovatelnosti a opatření na úsporu energií. Neoddělitelnou součástí trvale udržitelného rozvoje v hotelových službách je vzdělávání zaměstnanců v oblasti environmentu a environmentální řízení obecně.

Udržitelný rozvoj v hotelu podporuje environmentální monitorování, které poskytuje informace pro zajištění kvality prostředí. Celý monitoring je pak zárukou dobrého a zdravého prostředí pro hotelové hosty. Zpráva z monitoringu může obsahovat např. kvalitu vody ke koupání, dodávku vody a opatření k úsporám vody, nakládání a

omezení množství odpadu, opatření v dopravě, hluku a klimatu apod. Tyto informace zvyšují zároveň povědomí místních obyvatel a místních úřadů o náležitostech ochrany životního prostředí.[25]

3.5 Environmentálně zodpovědný přístup hotelů a jejich budování

3.5.1 Hotelové inženýrství v rámci šetrnějšího dopadu na životní prostředí

Tzv. hotelové a restaurační inženýrství optimalizuje projekty konstrukcí zařízení poskytujících stravovací a ubytovací služby. Tato disciplína již nepodléhá pouze prostorové koncepci, ale bere ohled na vhodnost výstavby z hlediska organizace pracovních procesů a výroby, které jsou při poskytování ubytovacích a stravovacích služeb zásadní.

Důležitá je především optimalizace jednotlivých účelových prostor. Největší potřebu dostatečných prostorových kapacit mají provozní pracovníci pro uspokojení vysoké návštěvnosti, což zatěžuje provoz i životní prostředí. Nevhodná koncepce trvale zatěžuje vlastní provoz a vytváří zbytečné náklady – např. nevyužití kapacit, odpadového hospodářství, výrobních a ostatních prostor a současné zatížení energetické bilance. Takto nevyvážená koncepce má silný negativní vliv na životní prostředí a ochranu přírodních zdrojů. Je tedy nutné zpracovat projekt již od samého počátku s ohledem na principy trvale udržitelného rozvoje.

V projektech hotelů, které mají být později provozovány s šetrnějším dopadem na životní prostředí, se tedy řeší problematika:

- počtu podlaží (horizontální cesty jsou úspornější)
- osvětlení (řízené senzory včetně maximálního využívání denního světla)
- zavlažování (řízené)
- zajištění bezpečnosti hostů i zaměstnanců
- bezbariérový přístup
- protipožární opatření
- hygieny, čistoty a čistitelnosti prostor (s ohledem na aspekty ochrany životního prostředí)
- klimatizace a ventilace

- ozvučení jednotlivých prostor
- teplotního hospodaření
- zavedení technologií k eliminaci tepla a páry v kuchyních
- využití surovin (bez zbytečných nároků na chlazení, mrazení a skladování), včetně bezpečnosti pokrmů
- hospodaření s odpadem

Vzhledem k tomu, že se neustále zvyšuje zájem klientů o ekologické aspekty, je nezbytné zahrnout do projektů i principy čistého ovzduší z pohledu kuřáků a nekuřáků (oddělené prostory), snížené pohyblivosti klientů (výška postelí, bezpečnostní opatření v koupelnách, bezporuchový chod výtahů), ochrany zdraví, života a majetku klientů a zaměstnanců (plán únikových cest, bezpečnostní systém, kouřové detektory). [26]

3.5.1.1 Budování hotelu v rámci trvale udržitelného rozvoje

Vzhledem k předchozí kapitole je tedy zřejmé, že se od sebe liší tzv. ekologizace budovaných hotelů od aplikace ekologických aspektů na již fungující hotely. V současné době se o ekologizaci snaží především již fungující podniky, je ale třeba vysvětlit, jak by se měl „zelený“ podnik budovat.

Budování zeleného hotelu lze částečně, popřípadě i úplně přizpůsobit trvale udržitelnému rozvoji. Mezi předpoklady udržitelného rozvoje při budování hotelu patří například použití místních tradičních stavebních materiálů a architektonických stylů. Je nutné, aby bylo zachováno životní prostředí divoké zvěře nebo se musí vybudovat nové takové prostředí (pokud stavba hotelu poškodí prostředí původní). Jak již bylo naznačeno u projektování hotelu, stavba by měla ladit s tvarem terénu a krajinou a měla by mít vhodnou velikost pro dané místo. Stavba jednotky by také neměla mít nepříznivý vliv na místní vodní zdroje odčerpáním velké části jejich kapacity.

Po dokončení stavby by se měl zavést recyklační systém dopadových materiálů, nainstalovat zařízení šetřící vodu ve sprchách a na toaletách, používat výhradně úsporné žárovky, zajistit tepelnou izolaci hotelu, zavést solární systémy ohřevu vody a při samotném provozu pak používat nebělené a nebarvené tkaniny.

Mnoho těchto opatření zaručuje snížení nákladů, což bývá často největší motivací pro jejich realizaci v podniku. Pokud chce hotel dosáhnout pozitivních výsledků v oblasti

ochrany životního prostředí, musí být důkladně proškolený personál, aby celou tuto filosofii šetrného provozu podporoval a dodržoval tak veškeré požadavky.

Hotely budou vždy produkovat nějaký odpad a vždy budou mít určitou spotřebu energií, proto je důležité upozornit, že žádný hotel (ani „zeleně“ vybudovaný) nemůže být zcela „zelený“. [21], [26]

3.5.2 Zelené hotelnictví

Již i v českých hotelech a v turistice obecně se stává ekologie velice aktuálním tématem. Ochrany životního prostředí se mohou účastnit všechny kategorie ubytovacích zařízení od pětihvězdičkových hotelů, až po pensiony rodinného typu nebo i kempy. Ekologie tedy není záležitost jakéhosi luxusu, ale je určená pro veškeré účastníky cestovního ruchu.

Hotel má mnoho možností, jak se může podílet na ochraně životního prostředí. Nastavení vnitřního systému zajišťuje již zmíněné ISO 14001. Dále existuje celá řada certifikací, které lze získat na základě splnění požadavků a dosažení určitých měřitelných hodnot. V České republice mají hotely možnost získat certifikát „Ekologicky šetrná služba“ a také ekoznačku Evropské unie „The Flower“. Obě tyto certifikace poskytuje Česká informační agentura životního prostředí (CENIA) pod záštitou Ministerstva životního prostředí. Agentura Cenia dává k dispozici databázi ekologicky šetrných výrobků a služeb a zprostředkovává zkušenosti u jiných hotelů. Certifikacím „The Flower“ a „Ekologicky šetrná služba“ bude věnována dále samostatná kapitola. [11]

Hotely se také mohou stát tzv. zelenou IT společností (Green IT company), která používá udržitelné informační a komunikační technologie. Příkladem takového hotelu je v České republice hotel Marriott. Mezi další certifikace v rámci Evropy patří např.: Green Globe, Green Hospitality Award, Miljödiplomering, Miljøfyrtårn, Nordic Swan Eco-label, Österreichische Umweltzeichen, The Green Key nebo The Green Tourism Business Scheme.

Hoteliéři se často obávají velkých počátečních investic ekologických opatření. Je proto důležité zmínit, že certifikace nenutí hotel radikálně přestavovat, nýbrž preferuje změny, které jsou pro hotel únosné a ekonomicky výhodné. Lze zmínit pouhé otočení kohoutku, kterým se sníží průtok vody. Pokud jsou výdaje opravdu nutné, např. instalace úsporných žárovek a dávkovačů tekutého mýdla, brzy se ukáže návratnost a snížení

nákladů. Technické směrnice certifikátů mají povinné a volitelné části, takže nabízejí mnoho variant. Kromě snížení nákladů je také důležité zdůraznit, že s obdržением certifikace hotel získá dobré jméno překračující hranice země.

Pětihvězdičkový hotel Chateau Mcely v České republice dokazuje, že environmentální přístup hotelu se nevyklučuje s luxusem. Tento hotel vytápí moderním systémem spalováním dřevěných štěpků, třídí odpad, nakupují se potraviny z místního regionu a i elektřina pochází výhradně z obnovitelných zdrojů. Ochrana životního prostředí se nevyhýbají ani přední hotelové řetězce. Důkazem je pražský hotel Hilton Prague, který využívá řeku Vltavu jako chladicí systém. Voda se tak stává třicetkrát levnější a systém vypouští žádné emise. Konkrétně tento hotel využívá svou skleněnou střechu, která je potažena solární filmem – sluneční záření je tak sníženo o 40 %.[11] Některé hotely si tedy mohou stanovit vlastní tzv. Responsible Business (RB) bez oficiálního značení, ale uznávaný v rámci celého hotelového řetězce. Responsible Business také klade velký důraz na dodržování zásad ochrany životního prostředí a na podporu lokálních komunit formou různých prospěšných aktivit. Vlastní Responsible Business vypracovala např. společnost Rezidor v rámci hotelového řetězce: Radisson Blu, Park Inn, Hotel Missoni, Country Inn & Suites and Regent. Hotelový řetězec Rezidor zastává nejen pravidla udržitelných hotelových služeb, ale podílí se také na charitativní činnosti. [27]

Je tedy zřejmé, že hotely mají mnoho možností, jak se mohou podílet na ochraně životního prostředí. Pro podniky, které preferují pro svou environmentální činnost jakési vodítko a inspiraci, vznikají zmíněné certifikace a ekoznačení, které jim kromě toho zaručují i výhodu a odlišení od ostatních firem. [11]

3.6 Certifikace a ekoznačení nejen v oblasti zeleného hoteliérství

3.6.1 Ekolabeling

Ekolabeling je program na označování těch výrobků nebo služeb, které mají nižší negativní vliv na životní prostředí než výrobky a služby s nimi zaměnitelné. V rámci environmentální politiky se řadí ekolabeling mezi regulační tržně orientované nástroje. Pravidla ekolabelingu jsou určena již zmíněnou mezinárodní normou ISO 14000. [28] Na

ekolabeling , jakož i na ostatní typy environmentálního značení se vztahuje norma ISO 14024, která definuje ecolabeling jako: „dobrovolný program založený na základě uplatnění více kritérií, který uděluje licence opravňující k používání environmentálních značek na výrobcích a službách, které ukazují, v rámci určité kategorie, na celkovou největší vhodnost výrobku z environmentálního hlediska s ohledem na jeho životní cyklus.“ [28, citace z webových stránek Empress, Ecolabeling v části: jak ušetřit]

Pro každou kategorii výrobků a služeb jsou stanovena environmentální kritéria, která představují chování výrobků a služeb z hlediska životního prostředí. Aby mohl výrobek či služba obdržet značku ecolabelingového programu, musí tato kritéria splňovat. Značka programu má charakter ochranné známky a podmínky k jejímu propůjčení stanovuje licenční smlouva, která je uzavřena mezi žadatelem o ekoznačku a (výrobce či poskytovatel služby) a tzv. ecolabelingovým orgánem (např. ministerstvo, EU či pověřená agentura).[28]

3.6.1.1 Historie ekoznačení

Označování výrobku, který poškozuje životní prostředí méně než jiné výrobky ve stejné kategorii, začalo být populární již na přelomu 60. a 70. let 20. století, kdy se zvedla vlna veřejného zájmu o stav životního prostředí. Ukázalo se, že mezi spotřebiteli měly takto označené výrobky úspěch. Začal se však zvyšovat i počet výrobků, které firmy za ekologicky šetrnější pouze vydávaly, aniž by s nimi bylo nějaké skutečné snížení negativního dopadu na životní prostředí spojeno. Proto bylo nutné zavést důvěryhodný způsob označování produktů, který by díky nezávislé kontrole třetí stranou zajistil, že označené produkty jsou prokazatelně ekologicky šetrnější a to v celém jejich životním cyklu. [28][29]

První certifikační program ekoznačení, tzv. Modrý anděl, vznikl ve Spolkové republice Německo v roce 1978. Modrý anděl se rychle rozšířil a vedl k založení dalších programů v Kanadě, Japonsku, USA, Skandinávských zemích, na Novém Zélandu a v jiných zemích.

Na základě nařízení Rady Evropského hospodářského společenství č. 880/92 z 23. března 1992 byl založen systém ekoznačení Evropské unie. V České republice byl tento systém zaveden z iniciativy ministra životního prostředí a ministra průmyslu a obchodu. Souhlas vlády k realizaci systému ekoznačení v České republice byl dán Vládním

usnesením č. 159 ze dne 7. dubna 1993. 14. dubna 1994 byl na základě tohoto usnesení vyhlášen Národní program označování výrobků ochrannou známkou Ekologicky šetrný výrobek (dnes se tento program nazývá Národní program označování ekologicky šetrných výrobků a služeb). Po vstupu České republiky do Evropské unie se stalo součástí programu i udělování Ekoznačky EU, která je známá také jako „The Flower“ (Květina).[29]

3.6.1.2 Účel ekoznačení

Účelem ecolabelingu, který je řazen mezi tržně orientované nástroje, je vytvořit trh s ekologicky šetrnějšími produkty (výrobky či službami) a díky působení tržních mechanismů (nabídky a poptávky) tak snižovat negativní dopady na životní prostředí. Nabídku představují výrobci a poskytovatelé služeb, kteří dodávají na trh ekologicky šetrnější výrobky a služby. Na druhou stranu poptávku představují kupující, kteří na trhu tyto výrobky a služby vyhledávají a preferují je před zaměnitelnými. Zvýšení odbytu těchto ekologicky šetrných produktů může mít za následek snižování prodeje alternativních (zaměnitelných) neoznačených produktů, což by mohlo donutit jejich výrobce a poskytovatele, aby také přešli na produkci ekologicky šetrných výrobků a služeb. Bylo by tak automaticky přispěno ke snížení negativních dopadů produktů na životní prostředí. Pokud se bude na trhu nacházet dostatečně velké procento těchto „zelených“ produktů, zpřísní se kritéria na posuzování ekologické šetrnosti výrobků a služeb a celý mechanismus se pak bude opakovat. Negativní dopad na přírodu a životní prostředí by se tak měl neustále snižovat. [28]

Ekoznačení zajišťuje označení produktů s nižším negativním dopadem na životní prostředí v celém jejich životním cyklu. V podobě ekoznačky poskytuje nástroj k marketingu pro výrobce či prodejce a snadnější orientaci při nakupování pro spotřebitele. Programy ekoznačení jsou dobrovolné, tudíž nevytvářejí žádné překážky na trhu, ale naopak mohou poskytovat konkurenční výhodu.

Ekoznačka slouží jako nástroj pro zelené nakupování. Např. Usnesení vlády č. 465/2010 ze 14. června 2010 se zabývá podporou ekoznačení a zmíněného zeleného nakupování. Je soustředěno na environmentální požadavky při zadávání veřejných zakázek a nákupech státní správy a samosprávy. Vláda tak ukládá ústředním organizacím státní správy a samosprávy postupovat při zadávání veřejných zakázek dle příslušných metodik zeleného nakupování pro dané produktové skupiny. V případě, že metodiky pro poptávané

produkt neexistují, doporučuje se upřednostňovat výrobky a služby označené ekoznačkou (např. Ekologicky šetrný výrobek a služba, Ekoznačka EU, Der Blaue Engel (Modrý anděl), Nordic Swan (Severská labuť) apod.). Toto usnesení se týká i nižších úřadů státní správy. [29]

Ekoznačení v praxi přináší zejména:

- Identifikaci výrobků a služeb, u nichž lze snížit jejich negativní působení na životní prostředí.
- Stanovení kritérií, které musí výrobky či služby splňovat, aby mohly být označeny ekoznačkou. Kritéria musí obsahovat všechny možné vlivy produktu na životní prostředí, a to v celém jeho životním cyklu. Kritéria musí být pravidelně revidována, aby vždy odpovídala technologickému pokroku a situaci na stávajícím trhu.
- Udělování ekoznačky (produktům, které splňují daná kritéria) na základě dobrovolné žádosti, prostřednictvím certifikátu a licenční smlouvy.
- Provádění kontroly shody vlastností výrobků či služeb se stanovenými požadavky a dodržování licenčních smluv. [29]

3.6.2 Používané ekoznačky na mezinárodní úrovni

3.6.2.1 Green Globe

Green Globe („Zelená zeměkoule“) poskytuje certifikaci udržitelným službám a výrobkům již od roku 1993. Původně byla certifikace založena ve Velké Británii. Nyní má Green Globe sídlo v Los Angeles a uskutečňuje partnerství v Evropě, Africe, Latinské Americe, Karibiku, Indii a Asii a působí tak nyní v 83 zemí. Aby byla zajištěna nejvyšší mezinárodní úroveň a standard, Green Globe dodržuje normu ISO 19011 (Směrnice pro auditování systému managementu jakosti a/nebo systému environmentálního managementu). Proces celé certifikace je nabízen v pěti jazycích: angličtině, španělštině, francouzštině, němčině a portugalštině. Green Globe definuje 41 kritérií udržitelnosti, které se liší dle typu certifikace, zeměpisné oblasti a místních faktorů. Tato certifikace nabízí silnou marketingovou podporu po celém světě. Green Globe obsahuje standardy především pro následující kategorie průmyslu: obchodní, kongresová centra, výletní lodě, golfová

hřiště, hotely, restaurace, lázně, doprava (půjčovny, společnosti apod.) a cestovní kanceláře. Ze známých hotelových řetězců je certifikovaný např. InterContinental v Německu. [30]

Obrázek 3.: *Logo Green Globe*



zdroj: [30]

3.6.2.2 Green Hospitality Award

Green Hospitality Award („Ocenění zeleného pohostinství“) je nezávisle ověřený certifikační program třetích stran, který zjišťuje dopad jednotlivých organizací sub-sektorů na životní prostředí, obec, společenský život, kulturní dědictví a místní hospodářství. Tato certifikace byla založena v devadesátých letech v Irsku. Jedná se tedy o irskou ekoznačku uznávanou na mezinárodní úrovni, která patří mezi nejúspěšnější ecolabeling v Evropě. Green Hospitality Award je dobrovolný program, který demonstruje vedoucí postavení v oblasti environmentálního managementu v pohostinském sektoru. Tato certifikace je určena pro hotely, penziony, restaurace, hostince, zařízení pro veřejné stravování, centra pro volný čas, kluby, golfové kluby a cestovní kanceláře. Ekoznačka nabízí soubor závazných požadavků, které jsou zaměřeny především na systém environmentálního managementu. Pohostinská a ubytovací zařízení se mohou ucházet o tři typy certifikací programu Green Hospitality Award: Awar, Gold a Platinum. Certifikace Platinum značí dokonalost ve všech aspektech životního prostředí a může ji dostat pouze hotel. Ze známých hotelů získal ocenění např. Hilton Dublin Hotel. Z České republiky aspiruje na toto prestižní zelené ocenění hotel Chateau Mcely. [31]

Obrázek 4.: *Logo Green Hospitality Award*



zdroj: [31]

3.6.2.3 Miljödiplomering

Certifikace Miljödiplomering („Diplom životního prostředí“) pochází ze Švédska a její poskytovatelé sídlí ve Stockholmu. Cílem této ekoznačky je nákladově efektivní realizace environmentálního managementu dle normy ISO 14001; povzbudit podniky, aby

snižovaly své dopady na životní prostředí; zlepšení konkurenčního postavení firem a posílení místních podniků. Hlavní myšlenkou Miljödiplomering je zvýšení počtu malých podniků, které zavedly systém environmentálního managementu. Certifikace je tak určena především pro malé a střední podniky, které mají do 50 zaměstnanců. Příkladem certifikované společnosti Miljödiplomering je Siemens. [32]

Obrázek 5.: Logo Miljödiplomering



zdroj: [32]

3.6.2.4 Miljøfyrtårn

Miljøfyrtårn („Maják životního prostředí“) je norská ekoznačka založená 13. listopadu 2003. Tato certifikace napomáhá soukromým a veřejným podnikům k dosažení zisku a šetrnému provozu vůči životnímu prostředí. Cílovou skupinou pro Miljøfyrtårn jsou zejména malé a střední podniky do 100 zaměstnanců, které splňují definované požadavky této ekoznačky. Tato certifikace doporučuje podnikům aplikovat normu ISO 14001 a registraci v programu EMAS. Kritéria pro certifikaci jsou konkrétní, měřitelná a měla by být zisková pro jednotlivé firmy. Miljøfyrtårn nabízí ekoznačku v oblasti průmyslu: stavby a stavební průmysl, výroba, zemědělství, lesnictví a chov zvířat, veřejná správa a služby, organizace a soukromé služby, cestovní ruch, kultura, sport, velkoobchod, maloobchod, automobilová doprava a další. [33]

Obrázek 6.: Logo Miljøfyrtårn



Miljøfyrtårn®

zdroj: [33]

3.6.2.5 Nordic Swan

Existuje velmi málo ekoznaček, které by se mohly porovnávat s touto norskou Nordic Swan („Norská labuť“ známá také jako Skandinávská labuť). Světově uznávaná certifikace má přísná ekologická kritéria, která jsou rozdělena do 65 skupin. Nordic Swan byla založena v roce 1989 a stala se oficiální ekoznačkou pro severské země (Norsko, Švédsko, Dánsko, Finsko a Island). V rámci ecolabelingu plně zastává normu ISO 14024. Pro získání certifikace se posuzuje několik aspektů v rámci celého životního cyklu

produktu: spotřeba energie a vody, druhy chemických látek, recyklace apod. O tuto ekoznačku se mohou ucházet hotely, restaurace, úklidové služby, baterie nebo i čisticí prostředky. Nyní je certifikováno přes 900 severských firem, které nabízejí přes 6500 výrobků se skandinávskou ekoznačkou. U produktů označených touto certifikací je garantován nejenom nižší negativní dopad na životní prostředí, ale také dobrá jakost (je známo, že Nordic Swan je jedna z nejpřísnějších norem). Nordic Swan sleduje kritéria v rámci celého životního cyklu výrobku či služby, s ohledem na jakost a typ produktu.[34]

Obrázek 7.: *Logo Nordic Swan*



zdroj: [34]

3.6.2.6 Österreichische Umweltzeichen

Österreichische Umweltzeichen („Rakouská ekoznačka“) představuje záruku ekologicky šetrných výrobků a služeb. Tato certifikace byla založena v roce 1990 tehdejším Ministerstvem životního prostředí v Rakousku. Ekoznačka se uděluje výrobkům, firmám z oblasti cestovního ruchu a vzdělávacím institucím. V rámci udělení této certifikace se sleduje jednak výroba a používání produktu, tak i likvidace. Ekolabeling zde kombinuje vysoké ekologické standardy s kvalitou a bezpečností produktu. Mezi hlavní cíle Österreichische Umweltzeichen patří kvalita životního prostředí, transparentní informace, spolupráce na vyšší úrovni (EMAS a ISO 14001) a kvalitní služby. Graficky znázorněné logo ekoznačky symbolizuje prvky ekologie, země, vody, přírody a ovzduší. Mezi známé certifikované hotely patří Hotel Hilton Vienna Plaza a Hotel Park Inn Vienna.[35]

Obrázek 8.: *Logo Österreichische Umweltzeichen*



zdroj: [35]

3.6.2.7 The Green Key

Ekoznačka The Green Key („Zelený klíč“) byla vytvořena v rámci zvýšení povědomí provozoven v oblasti turistiky a volného času o nutnosti a možnosti provozovat tuto činnost jako ekologicky šetrnější. The Green Key certifikace je tedy určena především pro hotely, kempy a turistické atrakce. Tato ekoznačka si stanovuje 5 základních pilířů: vzdělávání pro udržitelný rozvoj a environmentální povědomí vlastníků i klientů; ochrana životního prostředí snížením dopadů těchto provozoven; snížení spotřeby má za následek snížení nákladů; propagace ekoznačky v rámci marketingové strategie a posílení zodpovědného cestovního ruchu. Vedle splnění kritérií musí podnik školit své zaměstnance a provádět monitoring spotřeby energií. The Green Key je rozšířen nyní ve 20 zemí, v České republice zatím udělována tato certifikace není. [36]

Obrázek 9.: Logo *The Green Key*



zdroj: [36]

3.6.2.8 The Green Tourism Business Scheme

Certifikace GTBS („Obchodní systém zelené turistiky“) byl zaveden v roce 1997 a nyní má více než 2000 členů po celé Velké Británii a Irsku. Ekoznačka si bere za cíl udržitelný cestovní ruch v rámci Spojeného království. Celý program zastřešuje Mezinárodní centrum pro odpovědný cestovní ruch (ICRT), které zaručuje prvotřídní ekologické poradenství a audit. Podniky, které dosáhnou určité úrovně v souboru kritérií, obdrží bronzové, stříbrné či zlaté ocenění. Stávající členové GTBS jsou především z oblasti turistiky (ubytování a turistické atrakce) a korporátních firem. Hlavním cílem GTBS je zachování přírodních zdrojů, snížení produkce odpadu, snížení nákladů (díky efektivnosti a informovanosti zaměstnanců), splnění očekávání zákazníků, přilákání nových zákazníků, zvýhodňování místní komunity a ekonomiky, zvyšování kvality služeb apod. [37]

Obrázek 10.: Logo *Green Tourism*



Zdroj: [37]

3.6.2.9 Der Blaue Engel

Der Blaue Engel („Modrý anděl“ známý také v anglickém překladu The Blue Angel“) patří mezi nejstarší a nejuznávanější ekoznačky světa. Tato certifikace pochází z roku 1978 z Německa a označuje v současné době více než 11500 produktů z 940 firem (21 % těchto podniků pochází ze zahraničních zemí). Stejně jako ostatní typy ecolabelingu má svá kritéria a požadavky. The Blue Angel požaduje nejen ochranu životního prostředí, ale také ochranu spotřebitele. U tohoto typu certifikace nedochází přímo k ecolabelingu hotelů, ale označení získávají stroje, které jsou pro ubytovací zařízení nezbytné. Jedná se např. o kávovary, varné konvice, chladicí a mrazicí zařízení, mycí stroje, malé přenosné počítače, plynové sporáky, zásuvky apod. (produkty jsou rozděleny do 90 kategorií). Modrého anděla obdržely např. monitory Fujitsu či sušič rukou Electrostar. [38]

Obrázek 11.: Logo Der Blaue Engel



zdroj: [38]

Ecolabeling patří mezi nepoužívanější dobrovolné nástroje. Nejvíce ekoznaček existuje v Evropě a v Asii. Na druhou stranu nejméně je ecolabeling používán v USA, kde je v současné době známý pouze jeden ecolabelingový systém „Zelená pečeť“. Kromě národních systémů začaly vznikat i programy nadnárodní, kdy je jedna ekoznačka používána v rámci více států. Mezi tyto nadnárodní systémy patří např. již zmíněná Bílá labuť nebo ecolabelingový systém EU, který bude více popsán v následující kapitole. Posílení spolupráce mezi ecolabelingovými systémy by měla zajistit nezisková světová asociace Global Ecolabelling Network (GEN), která vznikla v roce 1994 a sdružuje představitele ekoznaček. [28]

3.7 Ekolabeling zelených hotelů používaný v České republice

3.7.1 Národní program označování ekologicky šetrných výrobků a služeb

V rámci Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků a služeb jsou výrobkům a službám udělovány ekoznačky Ekologický šetrný výrobek a Ekologicky šetrná služba. Výrobky a služby, kterým je tato ekoznačka udělena, musí splňovat stanovené požadavky týkající se jejich vlivu na životní prostředí.

Pro tuto práci je výchozí ekoznačka Ekologicky šetrná služba, která označuje některé ze sledovaných zelených hotelů. Značku tvoří písmeno „e“ s nápisem Ekologicky šetrná služba. Značka musí být používána v jednobarevném (zeleném nebo černobílém) provedení a je zaregistrována jako ochranná známka u Úřadu průmyslového vlastnictví. Vlastník ochranné známky je již zmíněná agentura CENIA, Česká informační agentura životního prostředí.

Obrázek 12.: Logo Ekologicky šetrné služby



zdroj: [29]

Národní program označování ekologicky šetrných výrobků a služeb se řídí ustanoveními technické normy ČSN ISO 14024 Environmentální značky, která dle již uvedených informací v předchozí kapitole stanovuje zásady a postupy pro rozvíjení programů environmentálního značení typu I, zahrnující výběr produktů, environmentálních kritérií produktů, funkčních charakteristik produktů a rovněž pro posuzování a prokazování splnění požadavků. Norma rovněž stanovuje certifikační postupy pro udělení značky. [29]

Ministerstvo životního prostředí je garantem Programu, který je zodpovědný za jeho celkovou koncepci včetně řízení. Úkolem garanta je zveřejňování nově schválených technických směrnic a ostatních podmínek pro získání ekoznačky. Ministr životního prostředí schvaluje a podepisuje zmíněné technické směrnice s požadavky pro propůjčení ekoznačky a dále uděluje právo na její užívání výrobcům či prodejcům.

Rada pro dobrovolné nástroje je odborný poradní orgán ministra životního prostředí. V Radě jsou zástupci oblastí hospodářského a společenského života, kteří působí

v oblasti ochrany životního prostředí, výroby a služeb, vědy a výzkumu, dále zde jsou představitelé vybraných ústředních orgánů státní správy. Úkolem Rady je posuzování a doporučování návrhů na stanovení kategorií, které jsou vhodné pro hodnocení ekologicky šetrných produktů. Rada doporučuje změny, revize včetně prodloužení platnosti Technických směrnic ministerstva.

„Česká informační agentura životního prostředí – CENIA vykonává následující funkce z pověření Ministerstva životního prostředí:

- přijímá návrhy výrobců, dovozců, poskytovatelů služeb, institucí, zainteresovaných organizací i nejširší veřejnosti k Programu a vydává navrhovateli písemné stanovisko;
- zajišťuje přípravu a zpracování návrhů technických směrnic s kritérii pro udělení ekoznačky Ekologicky šetrný výrobek/služba;
- registruje a vyřizuje přihlášky žadatelů o ekoznačku a zpracovává zprávu o výrobcích, kterým má být ekoznačka udělena;
- poskytuje žadatelům i ostatním zájemcům systémovou informační podporu;
- na základě rozhodnutí ministra životního prostředí uzavírá s žadatelem licenční smlouvu, za kterou vybírá registrační poplatek;
- vede evidenci expertů a odborných stanovišť, autorizovaných a akreditovaných laboratoří a zkušeben, které je schopna žadateli doporučit;
- na základě požadavků uvedených ve směrnici je CENIA oprávněna provádět kontrolu dodržování podmínek pro propůjčení ochranné známky u držitele ekoznačky.“ [29, citace z internetové stránky zastřešené MŽP agentury CENIA, 14.12.2010]

Mezi další důležité kompetence agentury Cenia patří zprostředkování udělení Ekoznačky EU. Cenia se podílí na revizi kritérií pro udělování Ekoznačky EU a ovlivňuje tak jejich konečnou podobu. Agentura tak může přihlížet na připomínky stávajících držitelů ekoznačky a dalších zainteresovaných stran. Na základě rozhovoru s ředitelem hotelu Adalbert bylo ověřeno, že s řediteli zelených hotelů je agentura Cenia v pravidelném kontaktu a přijímá jejich návrhy a doporučení.

3.7.2 Program ekoznačení Evropské unie

Ekolabeling Evropské unie, nazvaný The Flower nebo Ekoznačka EU, je nadnárodní systém, který byl založen na základě nařízení rady Evropského hospodářského společenství ze dne 23. března 1992 (EEC No. 880/92 on a Community eco-label award scheme).

V roce 2000 bylo vydáno první nařízení o revizi systému ze strany Evropského Parlamentu a rady Evropského společenství. V roce 2010 proběhla druhá revize systému, která byla pro hotely České republiky více než zásadní, a proto bude této změně kritérií věnována i kapitola praktické části této práce.

Na rozdíl od české značky Ekologicky šetrný výrobek či služba může být Ekoznačka EU (The Flower, často používaný je i český překlad „Květina“) udělena produktům na trhu celé Evropské unie. Prostřednictvím této značky mohou být tedy propagovány produkty po celé Evropě.

Logo programu ekoznačení Evropské unie má podobu stylizované květiny se zelenou lodyhou, kulatým květenstvím ve tvaru modrých hvězdiček a se symbolem „€“ uprostřed. Nedílná součást tohoto loga tzv. The Flower je nápis EU Ecolabel. [29]

Obrázek 13.: Logo „The Flower“



zdroj: [29]

Program ekoznačení EU se řídí pravidly v nařízení Evropského parlamentu a Rady, které také vycházejí ze zásad mezinárodní normy ISO 14024.

Kritéria pro udělení Ekoznačky EU jsou tvořena na evropské úrovni zástupci agentur pro ekoznačení ze všech členských zemí. Do konzultací jsou zapojeni odborníci na danou problematiku, zástupci průmyslu či neziskových organizací. Ekoznačení EU je dobrovolný program, a proto zde také platí podmínka, že ekoznačení nevytváří překážky na trhu, ale může sloužit jako konkurenční výhoda. Stejně jakou u ekoznačky Ekologicky šetrný výrobek/služba jsou daná kritéria pro udělení Ekoznačky EU založena na výzkumu, který analyzuje vliv produktu na životní prostředí v celém jeho životním cyklu – od těžby surovin, přes výrobu, použití a jeho konečné odstranění.

Co se týče ekoznačení ubytovacích služeb, ekoznačení The Flower a Ekologicky šetrná služba rozlišuje kategorie těchto služeb na: Turistické ubytovací služby a Ubytovací služby kempů. Pro zelené hotely je určena kategorie Turistické ubytovací služby. [29]

3.7.3 Proces žádosti a povinnosti držitele ekoznačky

3.7.3.1 Proces žádosti o ekoznačku

Výběr správné ekoznačky

Pokud se produkty firmy nabízí především na českém trhu, doporučuje se Ekologicky šetrný výrobek/služba. V případě orientace firmy na evropský trh je vhodnější Ekoznačka EU. Lze využít obě ekoznačky zároveň. Evropská Květina může být udělena výrobkům či službám nabízených na trhu alespoň jedné členské země EU.

Ověření, zda produkt spadá do některé z produktových skupin, pro které existují platná kritéria

Agentura CENIA dává k dispozici přehledný seznam produktových skupin a platných technických směrnic. V případě, že by pro nějaký produkt kritéria neexistovala, je možné dát podnět k jejich vytvoření.

Poplatky

Další krok v procesu o žádost ekoznačky je zjištění a prověření poplatků, které jsou se získáním ekoznačky a jejím používáním spojeny. Poplatkům bude věnována další podkapitola.

Dokumentace s doklady o plnění kritérií

Pro získání ekoznačky je důležité vyplnit dokumentaci s doklady o plnění jednotlivých kritérií pro příslušnou produktovou skupinu. Agentura CENIA má k dispozici Seznam směrnic s kritérii pro udělení Ekoznačky EU a nabízí všem podnikům průběžné rady a pomoc. Kompletní dokumentace se pak odevzdává do rukou pracovníků agentury.

Poté následuje posouzení přihlášky, které může být hotové i v řádu dnů (pokud je dokumentace přehledná a kompletní). CENIA je povinna zpracovat dokumentaci do jednoho měsíce od jejího obdržení. V případě negativního rozhodnutí agentura písemně oznámí důvod zamítnutí přihlášky a žadatel se pak může opakovaně ucházet o ekoznačku po uplynutí šesti měsíců.

Po úspěšném přijetí přihlášky musí žadatel uhradit registrační poplatek. Agentura vystaví certifikát a uzavře se licenční smlouva. Následně agentura poskytne logo v tiskové kvalitě s registračním číslem podniku.

Platnost certifikátu se liší dle produktových skupin, nejdéle však platí smlouva tři roky. Pro následné prodloužení je nutné doložit plnění aktuální verze kritérií. [29]

3.7.3.2 Povinnosti držitele ekoznačky

- Ekoznačka musí být používána pouze na základě licenční smlouvy, která je uzavřená s agenturou CENIA. Pokud se jedná o Ekoznačku EU (Květinu) může být licenční smlouva uzavřená s jinou příslušnou agenturou v jakékoli členské zemi EU.
- Logo ekoznačky může být používáno pouze ve stanoveném provedení a vždy s registračním číslem. Podnik si může zvolit mezi černobílým a barevným logem ekoznačky.
- Ekoznačení musí být použito pouze u výrobků a služeb, které jsou předmětem v licenční smlouvě.
- K reklamním účelům může být ekoznačka použita pouze tehdy, týká-li se reklama výrobku či služby uvedené v licenční smlouvě. Nesmí se tedy používat v rámci všeobecné reklamy podniku.
- Ekolabeling nesmí být přenechán třetí osobě.
- Ekoznačka by měla být umístěna viditelným způsobem na výrobku (v případě služby na provozovně). Pokud toto umístění není technicky možné, může být po projednání s agenturou CENIA použita jiným způsobem.
- O významu ekoznačení se musí poskytovat zásadně pravdivé informace. [29]

3.7.4 Poplatky za ekoznačku

Základní registrační poplatek u značky Ekologicky šetrná služba je 10 000 Kč a u Květiny činí tento poplatek 9 000 Kč. S těmito značkami se pojí též úhrada ročního poplatku. Je nutné zmínit, že z poplatků lze uplatnit několik slev.

Ekologicky šetrná služba

Standardní registrační poplatek je tedy již uvedených 10 000 Kč. Pokud se ale firma řadí mezi tzv. mikropodniky, malé a střední podniky nebo podniky certifikované např. dle EMAS či ISO 14001 činí pak poplatek pouze 5 000 Kč – je zde tedy uplatňována sleva ve výši 50 %.

Roční poplatek je u Ekologicky šetrné služby 5 000 Kč. U zvýhodněných podniků (zmiňované mikropodniky apod.) je opět uplatňována sleva 50 %, takže konečný roční poplatek činí 2 500 Kč.[29]

Ekoznačka EU „The Flower“

Registrační poplatek pro získání Květiny je pro všechny podniky stejný, a to 9 000 Kč.

Rozdíl je pak v ročních poplatcích, kdy:

- Roční poplatek činí 0, 15 % ročního obrátu (min. 15 000 Kč, max. 750 000 Kč)
- Mikropodniky uplatňují slevu ve výši 75 %
- Malé a střední podniky – 25 %
- První tři žadatelé v určité produktové skupině mají slevu 3 000 Kč
- Podniky certifikované dle EMAS a ISO 14 001 – 15 %
- Držitelé ekoznačky dle ISO – 30 %

Při sčítání slev lze uplatnit – 50 % (avšak min. 15 000 Kč) [29]

V případě zájmu o obě ekoznačky je doporučeno obrátit se na Agenturu CENIA, která může zvážit v takovém případě nějaké další úlevy na poplatcích.

Náklady na zkoušky a testy výrobků či vyhotovení potřebných dokumentů si žadatel hradí sám. [29]

3.7.5 Kritéria pro získání ekoznačky

Cílem stanovených kritérií je omezení hlavních dopadů na životní prostředí v životním cyklu služby. Jedná se zejména o omezování spotřeby energie, vody, podporování využívání obnovitelných zdrojů, produkce odpadu a podpory vzdělávání v oblasti životního prostředí.

Původní sledovaná kritéria pro zelené ubytovací služby byla stanovena po první revizi systému rozhodnutím Komise EU dne 14. dubna 2003 (jako nařízení Evropského parlamentu a Rady).[39] Na základě zkušeností získaných v průběhu provádění tohoto nařízení se ukázalo, že je nutné systém ekoznačky upravit, aby se zvýšila jeho účinnost a zjednodušilo se jeho fungování. Nové nařízení Evropského parlamentu a Rady bylo stanoveno 25. listopadu 2009 s platností od 30. ledna 2010.[40]

Všechna certifikovaná ubytovací zařízení se musela do devíti měsíců (od data platnosti) přizpůsobit novým kritériím. Toto stanovení o Ekoznačce EU automaticky přebírá Ministerstvo životního prostředí i pro českou Ekologicky šetrnou službu. Ukázalo se, že většina českých zelených hotelů se nemohla novým kritériím přizpůsobit, a proto počet certifikovaných ubytovacích zařízení v ČR významně poklesl. Porovnání původních kritérií s novými zpřísněnými požadavky bude proto věnována samostatná kapitola v praktické části.

3.7.5.1 Původní kritéria pro Ekoznačku EU z roku 2003

Kritéria pro Turistické ubytovací služby se dělí na povinná a volitelná. Všechny požadavky spadající do skupiny povinných kritérií musí být splněny.

Povinná kritéria

- Alespoň 22 % elektrické energie musí pocházet z obnovitelných zdrojů energie. Toto kritérium se použije jen pro turistická ubytovací zařízení, která mají přístup na trh nabízející elektrickou energii vyráběnou z obnovitelných zdrojů. Obnovitelnými zdroji energie se rozumějí nefosilní obnovitelné zdroje energie (větrná, sluneční, geotermální, odliv a příliv, vodní, biomasa, skládkový plyn, plyn z čistíren a odpadních vod a bioplyn).

- Těžké oleje s obsahem síry vyšším než 0,2 % a uhlí se nesmějí používat jako zdroje energie. Toto kritérium se použije jen pro turistická ubytovací zařízení, která mají samostatný systém vytápění.
- Alespoň 22 % elektrické energie využívané k vytápění místností a k ohřevu užitkové vody musí pocházet z obnovitelných zdrojů energie. Toto kritérium se také použije pouze pro ta zařízení, která mají samostatný systém elektrického vytápění a která mají přístup na trh nabízející elektrickou energii vyráběnou z obnovitelných zdrojů energie.
- Účinnost nového kotle zakoupeného v době platnosti ekoznačky musí být nejméně 90 %.
- Každý klimatizační systém zakoupený v době platnosti ekoznačky musí mít energetickou účinnost alespoň třídy B. Toto kritérium se nepoužije na zařízení, která mohou využívat jiných zdrojů energie, nebo pracují na principu vzduch-voda a voda-voda, nebo na jednotky s výkonem vyšším než 12 kW.
- Všechna okna musí mít dostatečně vysoký stupeň tepelné izolace v závislosti na místním podnebí a musí zajišťovat určitý stupeň zvukové izolace.
- Pokud se při otevření oken topení nebo klimatizace automaticky nevypíná, musí být v pokoji hosta dostupné upozornění, aby okna zavíral, je-li topení či klimatizace zapnutá. Kritérium se použije pouze pro zařízení, které mají systém vytápění nebo klimatizace.
- Pokud není místnost vybavena systémem automatického zhasínání světel, musí být v těchto místnostech dostupné upozornění, aby při odchodu host světla zhasínal.
- Do jednoho roku ode dne podání žádosti musí energetická účinnost minimálně u 60 % žárovek v zařízení odpovídat hodnotě třídy A. Ustanovení se nepoužije na žárovky, jejichž fyzikální vlastnost neumožňuje výměnu žárovky za energeticky úspornou.
- Do jednoho roku ode dne podání žádosti musí energetická účinnost alespoň u 80 % žárovek umístěných v místech, kde je předpoklad, že budou svítit více než 5 hodin denně, odpovídat hodnotě třídy A. Opět zde platí výjimka pro žárovky, u kterých výměna není možná na základě fyzikálních vlastností.
- Všechny sauny musí být vybaveny časovým spínačem.

- Prokážou-li se výsledky studií v rámci místního plánu ochrany vod, že současný zdroj vody má značný dopad na životní prostředí, oznámí ubytovací zařízení příslušnému vodohospodářskému orgánu, že je ochotno změnit zdroj vody. Kritérium platí pouze pro ta zařízení, která nejsou napojena na veřejnou rozvodnou síť vody.
- Průtok vody z kohoutků nesmí překročit 12 litrů za minutu.
- V koupelnách a na toaletách musí být umístěny patřičné informace, jak mohou hosté přispět k úsporám vody.
- Na každé toaletě musí být vhodný odpadkový koš a výzva pro hosty, aby jej pro určité druhy odpadů používali (namísto toalet).
- Pisoáry musí být vybaveny splachováním, které je navrženo tak, aby nebylo současně splachováno více než pět pisoárů.
- Personál musí denně kontrolovat viditelné průsaky a případně zajistit nezbytná opatření.
- Host musí být informován, že ručníky a ložní prádlo se vyměňuje na základě žádosti hosta, nebo jednou či dvakrát týdně na základě kategorie ubytovacího zařízení.
- Květiny a zahrady musí být zalévány předtím, než slunce dosáhne vrcholu, nebo po jeho západu.
- Všechny odpadní vody musí být čištěny.
- Dezinfekční prostředky se mohou používat pouze v nezbytných případech.
- Hostům a personálu se musí poskytnout vhodné odpadkové koše, aby mohli třídit odpady.
- Personál musí třídit nebezpečný odpad a musí zajistit jeho vhodné zneškodňování. Jsou zde zahrnuty tonery, inkousty, chladicí zařízení, baterie či léčiva.
- Zajistit odvoz odpadu na příslušné místo a dbát na to, aby vzdálenost odvozu byla co nejkratší.
- Nepoužívat výrobky na jedno použití (šampóny, mýdla, koupací čepice, šálky, talíře apod.).
- Ve společensky užívaných prostorách musí být nekuřácké zóny.
- Poskytovat informace o veřejné dopravě (do místa ubytování a dalších cílů).

- Další obecná nařízení dle ISO 14001 či EMAS jako např.: provádět údržbu a opravy dle právních předpisů, zajistit environmentální politiku, školení personálu, poskytovat informace hostům, sbírat údaje o spotřebě energie a vody.[39]

Volitelná kritéria

Jednotlivým volitelným kritériím se přiděluje určitý počet bodů. Součet těchto bodů za splněná volitelná kritéria musí odpovídat celkovému počtu 16, 5 bodu. Celkový počet bodů se zvýší o 1 bod za každou ze tří doplňkových služeb, které nabízí majitel ubytovacího zařízení: restaurační služby, zotavovací zařízení, zelené plochy.[39]

- výroba elektrické energie pomocí fotovoltaických a větrných systémů, která bude dodávat alespoň 20 % z celkové spotřebované energie za rok (2 body)
- vytápění z obnovitelných zdrojů energie, alespoň 50 % z celkové energie (1,5 bodu)
- energetická účinnost kotle se čtyřmi hvězdičkami (1 bod)
- kotel musí být třídy 5 a musí emitovat méně než 70 mg NO_x/kWh (1,5 bodu)
- dálkové vytápění (1 bod)
- kombinovaná výroba tepla a elektrické energie (1,5 bodu)
- tepelné čerpadlo, které zajišťuje vytápění nebo klimatizaci (1,5 bodu)
- systém na regeneraci tepla pro jednu (1 bod) nebo dvě (2 body) z kategorií: chladicí systémy, ventilátory, pračky, myčky nádobí, bazény, odpadní vody z hygienického zařízení
- regulace teploty (1,5 bodu)
- izolace stávajících budov (2 body)
- klimatizační systém musí mít energetickou účinnost třídy A (1,5 bodu)
- automatické vypínání klimatizace (1 bod)
- bioklimatická architektura (2 body)
- energeticky vysoce účinné chladničky (1 bod), myčky nádobí (1 bod), pračky (1 bod) a kancelářské přístroje (1 bod), třída A či značení Energy Star
- kuchyňské chladničky musí být umístěny a nastaveny podle zásad úspor energie (1 bod)
- automatické zhasínání světel v pokojích (1 bod)
- automatické zhasínání venkovních světel (1 bod)

- využívání dešťové vody (1,5 bodu) a recyklované vody (1,5 bodu)
- průměr průtoku vody u všech kohoutků a sprchových hlavic nesmí překročit 8,5 litrů/min (1,5 bodu)
- minimálně 80 % toalet musí spotřebovat nejvýše šest litrů na jedno spláchnutí (1,5 bodu)
- snížená spotřeba vody u myček na nádobí, praček (1 bod)
- časový spínač u sprch (1 bod)
- minimálně 80 % kohoutků musí umožňovat nastavení teploty a průtoku vody (1 bod)
- prací, mycí a čisticí prostředky s ekoznačením či označením ISO (až 4 body)
- minimálně 50 % použitých barev a laků s ekoznačením či označením ISO (1 bod)
- ekologické zahradnictví (1 bod)
- nenabízet nápoje v plechovkách (2 body)
- nestanoví-li zákon jinak, nepoužívat v rámci stravovacích služeb jednotlivě balené porce (2 body)
- použitý nábytek, textilie a další materiály musí být prodány nebo darovány charitativním organizacím apod. (2 body)
- mezi další volitelná kritéria patří: zákaz kouření na pokojích (1 bod), jízdní kola (1 bod), místní potravinářské výrobky (1 bod) a jiné
- dotazník o životním prostředí (1 bod)
- registrace EMAS (3 body)
- certifikace ISO (1,5 bodu) [39]

3.7.5.2 Nová kritéria pro Ekoznačku EU z roku 2009

Nová kritéria platná k 30. lednu roku 2010 se také rozdělují na povinná a volitelná kritéria. Stanovené požadavky jsou platné do 9. července 2013. Nyní budou uvedeny pouze ta kritéria, u kterých došlo ke změně a výraznému zpřísnění. Pro získání certifikace musí být stejně jako dříve splněna všechna povinná kritéria.

Povinná kritéria

- Alespoň **50 %** elektrické energie musí pocházet z obnovitelných zdrojů energie.

- Těžké oleje s obsahem síry vyšším než **0,1 %** a uhlí se nesmějí používat jako zdroje energie.
- V případě instalování nového zařízení na výrobu tepla během doby platnosti ekoznačky se musí jednat o vysoce účinnou kogenerační jednotku, tepelné čerpadlo nebo účinný kotel (**čtyři hvězdičky**).
- Stávající teplovodní kotle musí být označeny nejméně **třemi hvězdičkami**.
- Každý klimatizační systém zakoupený v době platnosti ekoznačky musí mít energetickou účinnost alespoň třídy **A**.
- Jednotlivé systémy vytápění nebo klimatizace pořízené po získání ekoznačky **musí být opatřeny automatickým vypínáním při otevření oken**.
- Energetická účinnost minimálně u **80 %** žárovek v zařízení musí odpovídat hodnotě třídy **A**.
- **Veškeré žárovky** v místech, kde je předpoklad, že budou svítit více než 5 hodin denně, musí odpovídat hodnotě třídy **A**.
- **Ubytovací zařízení pro turisty musí být v souladu s právními předpisy a místními stavebními předpisy, které se týkají energetické účinnosti a energetické náročnosti budov.**
- **K vytápění venkovních prostorů (koutky pro kuřáky či venkovní stravovací prostory) se musí využívat pouze přístrojů napájených energií z obnovitelných zdrojů.**
- Průtok vody z kohoutků nesmí překročit **9** litrů za minutu.
- Nestanoví-li zákon jinak, nesmějí se používat v rámci stravovacích služeb jednotlivě balené porce. Výjimku tvoří roztíratelné výrobky, jako je máslo či pomazánky. (**původně volitelné kritérium**) [40]

Volitelná kritéria

Aby bylo možné udělit ubytovacímu zařízení Ekoznačku EU, musí získat minimálně **20** bodů ze splněných volitelných kritérií. Celkový počet bodů se zvýší o **3 body** za každou **doplňkovou službu** nabízenou pod správou ve vlastnictví ubytovacího zařízení pro turisty. Mezi tyto doplňkové služby patří: stravovací služby, rekreační/tělovýchovné aktivity zahrnující saunu, bazén, zelené venkovní plochy apod.

Pokud rekreační/tělovýchovné aktivity zajišťuje fitcentrum, zvýší se požadovaný počet o **5 bodů**. Níže jsou uvedena pouze ta kritéria, u kterých došlo ke změně či zprísnění. [40]

- vytápění z obnovitelných zdrojů energie, alespoň **70 %** z celkové energie (1,5 bodu)
- energetická účinnost kotle se čtyřmi hvězdičkami nebo s označením „**Ekologicky šetrný výrobek**“ (1,5 bodu)
- dálkové vytápění (1,5 bodu)
- kombinovaná výroba tepla a elektrické energie, **nejméně 70 % z celkové spotřeby** tepla a elektřiny (1,5 bodu)
- **audit energetické náročnosti každé 2 roky (1,5 bodu)**
- automatické vypínání klimatizace (1,5 bodu)
- bioklimatická architektura (3 body)
- **elektrické sušiče rukou (1 bod) a vysoušeče vlasů (1 bod) - s fotobuňkou**
- automatické zhasínání světel v pokojích (1,5 bodu)
- časový spínač v sauně (1 bod, **dříve povinné kritérium**)
- **vyhřívání bazénů energií z obnovitelných zdrojů (až 1,5 bodu)**
- automatické zhasínání venkovních světel (1,5 bodu)
- využívání dešťové vody (2 body) a recyklované vody (2 body)
- **automatické systémy k zavlažování venkovních ploch (1,5 bodu)**
- průměr průtoku vody u všech kohoutků a sprchových hlavíc nesmí překročit **8** litrů/min (1,5 bodu)
- minimálně **95 %** toalet musí spotřebovat nejvýše šest litrů na jedno spláchnutí (1,5 bodu)
- časový spínač u sprch (1,5 bodu)
- minimálně **95 %** kohoutků musí umožňovat nastavení teploty a průtoku vody (1 bod)
- **zakrytí bazénu (1 bod)**
- **odstraňování náledí (1,5 bodu)**
- prací, mycí a čisticí prostředky s ekoznačením či označením ISO (až 3 body)
- minimálně 50 % použitých barev a laků s ekoznačením či označením ISO (2 body)

- **podpora alternativ k umělým podpalovačům pro grilování (1 bod)**
- **ekologické zahradnictví (2 body)**
- **zelené střechy, alespoň 50 % (2 body)**
- **místní druhy vegetace používané pro novou venkovní výsadbu (1 bod)**
- mezi další volitelná kritéria patří: zákaz kouření na pokojích (**až 1,5 bodu**), jízdní kola (**1,5 bod**), místní potravinářské výrobky (**až 3 body**) a jiné
- **certifikace ISO (2 body) [40]**

4 Praktická část

4.1 Vyhodnocení změny kritérií pro získání Ekoznačky EU a Ekologicky šetrné služby v České republice

4.1.1 Zelené hotely v České republice před poslední revizí systému

Certifikaci Ekoznačky EU a Ekologicky šetrná služba mohou v České republice získat Turistická ubytovací zařízení a kempy. Mezi ubytovací zařízení se řadí jednak hotely, které se pak často nazývají hotely zelenými, ale také pensiony, horské chaty apod. Agentura CENIA pečlivě vybírá ubytovací zařízení, u kterých je obecně známo, že mají značný dopad na životní prostředí, ale zároveň lze tento dopad lehce zmírnit. Do ekologických certifikovaných služeb postupně přibývaly i školy, obchody a provoz kanceláří a tiskáren. Velký úspěch u ekologických ubytovacích služeb zaznamenala především Ekoznačka EU.

Před poslední revizí systému Ekoznačky EU, čili do roku 2010, bylo certifikováno v České republice 7 hotelů, 2 pensiony, 1 kemp a 1 vzdělávací centrum. Logo této ekoznačky bylo možné spatřit na těchto ubytovacích zařízeních:

- **Hotel Adalbert** (Praha, *Ekologicky šetrná služba i Ekoznačka EU - Květina*)
- **Autocamp Oasa** (Staňkov u Třeboně, *Ekoznačka EU - Květina*)
- **Mamaison Residence Belgická** (Praha, *Ekologicky šetrná služba i Ekoznačka EU - Květina*)
- **Pension Jelen** (Vranov nad Dyjí, *Ekoznačka EU - Květina*)
- **Chateau Mcely** (Mcely, *Ekoznačka EU – Květina*)
- **Hotel Irida** (Plzeň, *Ekoznačka EU – Květina*)
- **Hotel Adria Praha** (Praha, *Ekoznačka EU – Květina*)
- **Plaza Alta Hotel** (Praha, *Ekoznačka EU – Květina*)
- **Pension Jana** (Děčín, *Ekoznačka EU - Květina*)
- **Sporthotel Zátoň** (Zátoňské Dvory u Českého Krumlova, *Ekoznačka EU - Květina*)
- **Vzdělávací Centrum Veronica** (Hostětín, *Ekoznačka EU – Květina*)

V celé Evropské Unii bylo do roku 2010, před zpřísněním požadavků k získání ekoznačky, certifikováno 395 hotelů a jiných ubytovacích zařízení. Nejvíce zelených hotelů bylo v Itálii (199), Francii (66) a Rakousku (44).

4.1.2 Porovnání změny v kritériích po poslední revizi systému

Původní a nová kritéria pro získání Ekoznačky EU byla zmíněna v kapitole 3.7.5. Cílem porovnání původních kritérií s novými je zjištění rozsahu konečné změny a zpřísnění požadavků pomocí řetězového indexu.

Tabulka 1.: Porovnání povinných původních kritérií k získání Ekoznačky EU s novými

Kritérium	Původní požadavek	Nový požadavek	Změna o kolik %	Řetězový index
Elektrická energie z obnovitelných zdrojů	22,00%	50,00%	127,27%	227,27%
Energetická účinnost žárovek	60,00%	80,00%	33,33%	133,33%
Energetická účinnost žárovek (5 h/den v provozu)	80,00%	100,00%	25,00%	125,00%
Uhlí a těžké oleje	0,20%	0,10%	100,00%	200,00%
Průtok vody z kohoutků a sprch	12 litrů/min	9 litrů/min	33,33%	133,33%

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z technických směrnic [39] [40]

K porovnání původních kritérií s novými požadavky stanovenými EU je použita jednak procentuelní změna a také zmíněný řetězový index. V Tabulce 1. jsou sledovány důležité měřitelné požadavky, které technická směrnice EU stanovuje vyčíslením minimální či maximální tolerované hodnoty. K největší změně došlo u kritéria o použití elektrické energie z obnovitelných zdrojů. Původně bylo nutné, aby hotel používal alespoň 22 % energie, která pochází z obnovitelných zdrojů (větrná, sluneční, geotermální energie, odliv a příliv, vodní energie, biomasa, skládkový plyn, plyn z čistíren odpadních vod a bioplyn). Z nových kritérií, které stanovila EU v roce 2009, vyplývá, že nyní je nutné, aby ubytovací zařízení používala této energie alespoň 50 % z celkově použité. Nový požadavek je o 127, 27 % vyšší než původní hodnota a tempo růstu odpovídá 227 %. Aby mohl být hotel zelený, musí nyní odpovídat energetická účinnost 80 % žárovek hodnotám třídy A. Zpřísnění tohoto kritéria odpovídá 33 % vzhledem k původním požadavkům. Tam, kde se

předpokládá, že žárovky budou svítit minimálně 5 hodin denně, musí být nyní veškeré žárovky třídy A.

Mezi významné změny patří i zákaz používání těžkých olejů s obsahem síry vyšším než 0,1 %. U průtoku vody z kohoutků a sprch bylo stanoveno zpřísnění o 3 litry/minutu, což činní změnu o 33 %. Lze tedy konstatovat, že u povinných požadavků došlo v zásadě ke zpřísnění kritérií, z čehož vyplývá obtížnější získání certifikace pro hotely.

Tabulka 2.: Porovnání volitelných původních kritérií k získání Ekoznačky EU s novými

Kritérium	Původní požadavek	Nový požadavek	Změna o kolik %	Řetězový index
Vytápění z obnovitelných zdrojů	50,00%	70,00%	40,00%	140,00%
Průtok vody z kohoutků a sprch	8,5 litrů/min	8 litrů/min	6,25%	106,25%
Splachování WC	80,00%	95,00%	18,75%	118,75%
Teplota a průtok vody z kohoutků	80,00%	95,00%	18,75%	118,75%

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z technických směrnic [39] [40]

U volitelných kritérií je důležité zmínit, že nově došlo ke změně požadovaného počtu bodů z jednotlivě ohodnocených volitelných požadavků. Z původních požadovaných 16,5 bodů je nyní potřeba 20 bodů k získání certifikace. S touto změnou došlo i k přebodování jednotlivých požadavků, kdy některé mají nyní vyšší bodovou hodnotu (jako např. ekologické zahradnictví, dálkové vytápění, automatické vypínání klimatizace, bioklimatická architektura, automatické zhasínání světel v pokojích atd.). Celkový počet bodů se zvyšuje o 3 body za každou doplňkovou službu, což znamená pozitivní nárůst pro hotely, které mají stravovací služby, rekreační/tělovýchovné aktivity zahrnující saunu, bazén, zelené venkovní plochy apod. Nejvyšší změna u volitelných kritérií proběhla u vytápění z obnovitelných zdrojů. Nyní je nutné, aby alespoň 70 % z celkové energie využívané k vytápění pokojů pocházelo z obnovitelných zdrojů. Tempo růstu se tak pohybuje okolo 140 %. Zpřísnění kritérií se týká také nastavitelných kohoutků (teplota a průtok) a splachovacích WC.

Tabulka 3.: Porovnání kritérií k získání Ekoznačky EU v původní a nové technické směrnici

Kritérium	Původní skupina	Nová skupina
Energetická účinnost budov	není	povinné
Vytápění venkovních prostorů z obnov. zdrojů	není	povinné
Nesmí být jednotlivě balené porce	volitelné	povinné
Audit energetické náročnosti každé 2 roky	není	volitelné
Elektrické sušiče a vysoušeče s fotobuňkou	není	volitelné
Časový spínač v sauně	povinné	volitelné
Vyhřívání bazénů energií z obnov. zdrojů	není	volitelné
Automatické zavlažování venkovních ploch	není	volitelné
Zakrytí bazénu	není	volitelné
Odstraňování náledí	není	volitelné
Podpora alternativ k umělým podpalovačům	není	volitelné
Zelené střechy	není	volitelné
Průsaky	povinné	není
Zalévání rostlin a zahrad	povinné	není
Místní druhy vegetace pro venkovní plochy	není	volitelné
Dotazník o životním prostředí	volitelné	není

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z technických směrnic [39] [40]

Vzhledem k uvedenému zpřísnění hranice bodů u volitelných kritérií byly přidány do technické směrnice zcela nové požadavky, které si může hotel zvolit pro získání požadovaných 20ti bodů. Jedná se např. o audit energetické náročnosti každé 2 roky, elektrické sušiče a vysoušeče s fotobuňkou, vyhřívání bazénů energií z obnovitelných zdrojů, automatické zavlažování venkovních ploch a mnoho dalších. Z některých volitelných kritérií se naopak stala kritéria povinná, jako je tomu např. u „jednotlivě balených porcí“. Nyní se nesmí v hotelu poskytovat jednorázové výrobky či potraviny (s výjimkou roztíratelných produktů), jako jsou např. mýdla, šampóny, kelímky, přístroje apod. Naopak z některých povinných požadavků se nyní stal požadavek volitelný – jedná se např. o časový spínač v sauně. Mezi nová povinná kritéria patří energetická účinnost budov a vytápění venkovních prostorů z obnovitelných zdrojů. Nová technická směrnice již nezahrnuje v žádné skupině kritérií požadavky na: kontrolu průsaků; zalévání rostlin a zahrad v určitou denní dobu; a dotazník o životním prostředí (přičemž průsaky a zalévání rostlin patřily dříve do povinných kritérií). U volitelných kritérií lze konstatovat, že hotel sice musí splnit více požadavků k získání certifikace, ale má nyní větší možnost výběru a pozitivnější bodové hodnocení jednotlivých kritérií.

Hlavním cílem EU, v rámci revize technické směrnice pro zelené ubytovací služby, bylo zvýšení účinnosti systému a zjednodušení jeho fungování. Z porovnání provedeného v této kapitole vyplývá, že zvýšení účinnosti bylo provedeno na základě zpřísnění kritérií. Zpřísnění se týká především požadavků povinných, kde se vyskytují změny až o 100 % ve srovnání s původními požadavky. Nová volitelná kritéria umožňují větší možnost výběru a pozitivnější ohodnocení jednotlivých požadavků. Volitelná kritéria tak reprezentují požadované zjednodušení systému, neboť se více přizpůsobuje službám a možnostem hotelu.

Z celkového pohledu na nová kritéria se dá předpokládat, že pro stávající zelené hotely bylo obtížné novým požadavkům vyhovět. Evropská unie stanovila požadavky v roce 2009 s platností od 30.1. 2010. Do devíti měsíců (čili do 31.10.) bylo povinností všech stávajících zelených ubytovacích zařízení se přizpůsobit novým požadavkům. Těm hotelům, které nevyhověly novým kritériím, musela být licence společně s ekoznačením odebrána.

4.1.3 Zelené hotely v České republice po revizi systému

Na základě informací získaných od agentury CENIA nebylo do poslední chvíle jasné (do zmíněného podzimu roku 2010), kolik hotelů v České republice po revizi systému zůstane oficiálně zelenými. Několik hotelů se pokusilo za devět měsíců přizpůsobit hotel novým požadavkům, některé z těch „nejzelenějších“ hotelů nemusely měnit žádná opatření a některá ubytovací zařízení od licence rovnou odstoupila, protože nemohla z hlediska investic či jiných důvodů novým kritériím vyhovět.

Novým kritériím se nakonec přizpůsobilo v České republice 5 zelených turistických ubytovacích služeb:

Hotel Adalbert (Praha, *Ekologicky šetrná služba a Ekoznačka EU*)

Tříhvězdičkový hotel je situován v klidném prostředí Břevnovského kláštera v Praze. Celková kapacita hotelu Adalbert je 44 lůžek. Adalbert je držitelem značky Ekologicky šetrná služba a byl první český hotel, který získal Ekoznačku EU.

Hotel Chateau Mcely (Mcely, *Ekoznačka EU*)

Zámek Chateau Mcely získal ocenění nejlepší světový „zelený hotel“ v rámci World Travel Awards. Hotel je luxusní pětihvězdičkové ubytování, který získal Ekoznačku EU v roce 2007. Hotel má k dispozici saunu, knihovnu, vyhlídkovou věž a je obklopen zámeckým parkem.

Hotel Adria Praha (Praha, *Ekoznačka EU*)

Hotel Adria je situován v centru Prahy a nabízí 89 pokojů, konferenční prostory a sál. Hotel Adria Praha je 4* hotel, který obdržel a obhájil Ekoznačka EU. Zajímavostí je jeho tradice již z roku 1912, a to restaurant ve stylu krápníkové jeskyně. Na webových stránkách hotelu Adria je možné nalézt tzv. ekologický kalkulačtor, kde si může host spočítat, jakou měrou svým ubytováním v hotelu Adria ušetří životní prostředí.

Obrázek 14.: *Ekologický kalkulačtor hotelu Adria*



zdroj: <http://www.adria.cz/ac-ekoznacka/>

Vzdělávací Centrum Veronica (Hostětín, *Ekologicky šetrná služba*)

Centrum Veronica ukazuje na praktických příkladech a modelových projektech, že vztah k přírodě, zdrojům a tradicím s ohleduplným hospodařením může stabilizovat venkov a řešit nezaměstnanost v odlehlých oblastech. Centrum získalo ekoznačení Ekologicky šetrná služba.

Plaza Alta Hotel (Praha, Ekoznačka EU)

Čtyřhvězdičkový hotel Plaza Alta je situován v klidném a dobře dostupném prostředí v Praze. Komfortní služby doplňuje konferenční místnost, fitness a bezbariérový přístup. Plaza Alta nabízí 87 pokojů a je držitelem Ekoznačky EU.

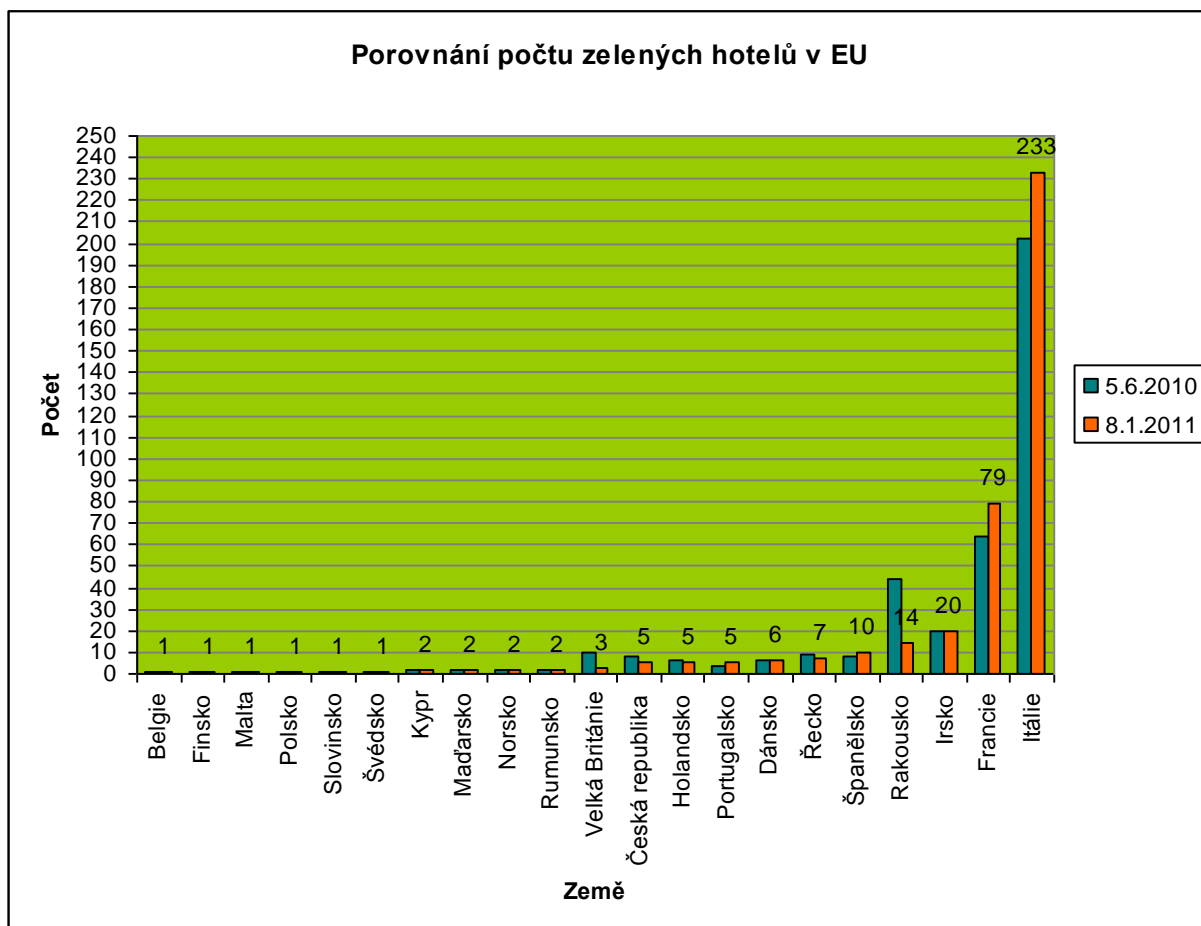
Po zpřísnění požadavků k získání certifikace Ekologicky šetrná služba se tedy udržely v České republice 4 hotely a 1 vzdělávací centrum. Znamená to, že pro 3 české hotely (Mamaison Residence Belgická, Irida a Sporthotel Zátoň) nebylo únosné vyhovět novým kritériím. Důvodem mohla být finanční náročnost nových požadavků (nové investice, rekonstrukce apod.), obava o komfort zákazníka (např. snížení průtoku vody) či změna a přehodnocení preferencí hotelu (zaměření se na jinou certifikaci či jinou filosofii řízení). Z původních 2 pensionů není v České republice nyní ani jedno ubytovací zařízení této kategorie. Stejně tak je tomu u kategorie „Služby v kempech“, kde momentálně Česká republika nedisponuje ani jedním zeleným kempem či autocampem.

Lze tedy konstatovat, že pro Českou republiku byla změna požadavků na získání licence pro zelené ubytovací služby zcela zásadní, neboť z původních 9 ekologicky šetrných služeb zbylo turistům v Čechách pouhých 5 zelených ubytovacích zařízení.

4.1.4 Porovnání počtu zelených hotelů v EU před a po revizi systému

Cílem této kapitoly je porovnání počtu zelených ubytovacích služeb v rámci Evropské unie obecně a z hlediska revize systému. Pro porovnání počtu zelených hotelů byla použita data z 5.6. roku 2010 získaných z agentury CENIA, kde jsou veškerá ubytovací zařízení certifikovaná do roku 2010 před revizí systému certifikace. Aby bylo možné provést také srovnání počtu evropských ubytovacích zařízení, která se přizpůsobila novým kritériím, byla použita aktuální data z tzv. katalogu zelených výrobků a služeb Evropské unie, čili aktuální databáze všech certifikovaných výrobků a služeb EU (data k 8.1. 2011). Porovnání v rámci jednotlivých zemí a časového rozlišení je k provedeno v Grafu 1. viz níže.

Graf 1.: Porovnání počtu zelených hotelů v Evropské Unii před a po revizi systému certifikace



zdroj: vlastní zpracování z dat agentury CENIA a katalogu <http://www.eco-label.com/Czech/>

Z Grafu 1. je patrné, že pokles počtu zelených ubytovacích služeb zaznamenala po revizi kritérií Velká Británie, Česká republika, Holandsko, Řecko a Rakousko. Zpřísnění požadavků k získání Ekoznačky EU ovlivnilo hlavně počet zelených hotelů ve Velké Británii, kde z původních 10 ekologicky šetrných ubytovacích služeb jsou nyní pouhá 3 zelená ubytovací zařízení. Vůbec největší pokles počtu zelených hotelů z celé EU byl zjištěn u Rakouska. Ze 44 rakouských zelených ubytovacích zařízení zbylo návštěvníkům Rakouska pouze 14. Jak již bylo zmíněno, Česká republika ztratila licenci u 3 zelených hotelů. Holandsko má nyní stejný počet těchto ubytovacích zařízení jako Česká republika, čili 5, z původních 6. Řecko nabízí v současné době 7 ekologicky šetrných služeb, přičemž před revizí systému bylo k dispozici 9 řeckých zelených hotelů.

Některé země Evropské unie zaznamenaly naopak nárůst počtu certifikací Ekoznačky EU. Revize systému Ekoznačky EU hotely těchto zemí pravděpodobně přilíš

neovlivnila, což může znamenat, že zpřísněná kritéria již ubytovací zařízení rovnou splňovala a nebo nebylo obtížné se jim přizpůsobit. Mezi tyto země patří Itálie, Francie, Španělsko a Portugalsko. Zajímavé je, že všechny země, kde je patrný nárůst počtu zelených hotelů, jsou země jižní Evropy. Lze tedy konstatovat, že jižním evropským zemím se lépe přizpůsobuje hotel k zelenému způsobu řízení. To může být ovlivněno např. podnebím (teplotní podmínky), kulturou či způsobem života a filosofií obyvatelstva obecně. Itálie má v současné době 233 zelených hotelů. Tento počet byl značně ovlivněn pořádáním Olympijských her v Itálii, které proběhly v roce 2006 v Turíně. Olympijská vesnice byla vystavěna v rámci udržitelné architektury a pouze v Turíně bylo označeno Ekoznačkou EU 12 hotelů.

Většina zemí Evropské unie si počet zelených hotelů udržely i přes zpřísněné požadavky. Jedná se o hotely např. v Rumunsku, Finsku, Belgii, Maltě, Dánsku, Švédsku, Polsku, Irsku či Maďarsku. Je ale nutné zmínit, že většina z těchto zemí má pouze 1 nebo 2 zelené hotely, což pravděpodobně znamenalo velkou motivaci k udržení si certifikace i přes zpřísnění kritérií. Výjimku tvoří Irsko, kde se podařilo zdárně udržet zelené hotely v počtu 20. Stejně tak Dánsko se úspěšně přizpůsobilo kritériím EU a udrželo tak stejný počet certifikací, a to 6 zelených hotelů před i po revizi systému.

Co se týče celkového počtu certifikací Ekoznačky EU v rámci celé Evropské unie, nejvíce zelených hotelů má Itálie (233), Francie (79), Irsko (20), Rakousko (14), Španělsko (10), Řecko (7) a Dánsko (6). Ostatní země EU mají hotelů 5 a méně, mezi které se řadí i Česká republika. Důležité je podotknout, že Česká republika je se svými 5 zelenými hotely na desátém místě v rámci Evropské unie, což je v porovnání se sousedními zeměmi ČR jedno z nejlepších pořadí (Rakousko 4. místo v EU, Polsko 1 zelený hotel, Slovensko a Německo 0 zelených hotelů této certifikace).

V rámci porovnání všech zemí Evropy je ještě nutné zmínit, že zelené hotely jsou turistům k dispozici také ve Švýcarsku (37 zelených hotelů) a v Albánii (3 zelené hotely).

4.1.5 Porovnání některých nákladů zeleného hotelu v rámci revize systému

Po porovnání počtu zelených hotelů před a po revizi technických směrnic Ekoznačky EU bylo zjištěno, že došlo nejen v České republice k poklesu certifikovaných hotelů. Pro některé hotely tedy nebylo možné se přizpůsobit novým požadavkům ekoznačky, pokud ovšem neměly jiné důvody k neobhájení kritérií „The Flower“. Z tohoto důvodu jsou porovnány některé investice a náklady hotelu:

Tabulka 4.: Porovnání ceny a životnosti žárovek

ŽÁROVKY	Typ	Životnost	Cena/ks
Bez kritérií	běžná	1 000 hodin	10 Kč
Původní kritéria	LED	50 000 hodin	533 Kč
Nová kritéria	LED	50 000 hodin	533 Kč

Zdroj: <http://www.ecoled.cz> a <http://zarovky.inshop.cz>, platí i pro data v Tabulce 5. a 6.

Tabulka 5.: Porovnání nákladů na pořízení a provoz žárovek

ŽÁROVKY	Pořízení 550 žárovek	Příkon	Ø počet hod. v roce	Podíl běžných	Cena za provoz/rok
Bez kritérií	49 500 Kč	0,060 kWh	1124200	1124200 hodin	323 770 Kč
Původní kritéria	244 420 Kč	0,013 kWh	899360	224840 hodin	120 874 Kč
Nová kritéria	293 150 Kč	0,013 kWh	1124200	0 hodin	70 150 Kč

Tabulka 6.: Porovnání celkových nákladů

ŽÁROVKY	Rok	Pořízení na 5 let	Náklady na 5 let
Bez kritérií	373 270 Kč	247 500 Kč	1 866 348 Kč
Původní kritéria	365 294 Kč	284 020 Kč	888 390 Kč
Nová kritéria	363 300 Kč	293 150 Kč	643 900 Kč

Z Tabulky 4. je patrné, že pořízení LED žárovky třídy A je několikanásobně nákladnější než pořízení běžné čiré žárovky. Je ale důležité zmínit životnost žárovek LED, která je 50krát delší než u běžné žárovky. 50 000 hodin odpovídá 5,7 let. Na druhou stranu 1 000 hodin u běžné žárovky znamená, že je nutné ji až 9krát za rok vyměnit. Co se týče pořízení žárovek, jsou náklady porovnány na pořízení žárovek v hotelu bez Ekoznačky, kde si může hotel zvolit pořízení žárovek běžných; dále náklady na pořízení u původních kritérií, kde musí být 80 % žárovek energetické třídy A (pokud svítí 5 hodin denně) a náklady na pořízení u nových kritérií, kde musí být všechny žárovky v hotelu energetické třídy A. Počet žárovek 550 byl zvolen odhadem pro hotel Adalbert (23 pokojů, kongresové

místnosti, kuchyň, 3 patra). Pořízení běžných žárovek u hotelu bez kritérií muselo být znásobeno 9krát kvůli již zmíněné životnosti žárovek (1 000 hodin). Hotel tedy musí veškeré žárovky průměrně 9krát vyměnit, a proto se celkové náklady rovnají asi 50 000,- Kč za rok. U původních kritérií Ekoznačky EU byly náklady na pořízení žárovek okolo 250 000,-Kč, kde 440 žárovek odpovídá energetické třídě A a zbylých 110 žárovek zůstávají běžných čirých. U nových kritérií je nutné, aby 100 % žárovek mělo energetickou třídu A (pokud svítí více než 5 hodin denně). Náklady na pořízení těchto LED žárovek jsou okolo 295 000,-Kč. Co se týče světelného toku žárovek, 13 wattová úsporná LED žárovka odpovídá 60-75 wattové běžné žárovce. 75 wattová žárovka se dle nařízení EU již nemůže prodávat, proto byly pro výpočet nákladů na provoz žárovek použity 60 wattové žárovky. Vzhledem k tomu, že v některých prostorách hotelu svítí žárovky i 24 hodin denně, ale naopak např. v pokojích hosta svítí žárovky pouhé 3 hodiny, byl stanoven průměr pro svícení žárovek na 7 hodin denně. Cena za provoz obyčejných žárovek, čili cena elektrické energie za žárovky, je v tomto případě okolo 325 000,-Kč. Zde se ukazuje výhoda LED žárovek, u kterých je spotřeba energie hrazena průměrně 70 000,-Kč. Již u celkových nákladů za rok (viz Tabulka 6.) je patrné, že celková vysoká investice do žárovek energetické třídy A se již během prvního roku vrátí – vzhledem k nižším nákladům na provoz a vysoké životnosti LED žárovek. LED žárovky svítí v průměru 5,7 let. V rámci nákladů na pořízení žárovek za 5 let sice vychází stále levněji pořízení běžných žárovek, ale co se týče celkových nákladů (pořízení a provoz), LED žárovky zaručují ušetření nákladů až na 1/3. Oproti původním kritériím je zde patrná úspora asi 200 000,-Kč za 5 let, ovšem ale za předpokladu, že se ceny energií a žárovek nebudou měnit. Je pravděpodobné, že hotely nechtěly investovat do pořízení úsporných žárovek, neboť nákup LED žárovek se pohybuje okolo 500 – 1000,- Kč za kus. Po zhodnocení nákladů, nejen v delším časovém úseku, je ale důležité zmínit, že žárovky energetické třídy A zaručují velkou úsporu na nákladech.

Další požadavek technické směrnice je využívání obnovitelných zdrojů.

Tabulka 7.: Porovnání odebrání elektrické energie z obnovitelných zdrojů

ENERGIE	Typ	Spotřeba hotelu	Cena	Cena za 100 000 kWh
Bez kritérií	ČEZ	100 000 kWh/rok	524 486 Kč	524 486 Kč
Původní kritéria	Nano Energies	22 000 kWh/rok	137 306 Kč	553 651 Kč
Nová kritéria	Nano Energies	50 000 kWh/rok	270 226 Kč	548 439 Kč

zdroj: <http://www.nano-energies.cz/domacnosti/kalkulacka>

Pro porovnání odběru elektrické energie z obnovitelných zdrojů byly použity údaje z kalkulačky Nano Energies, která porovnává i tarify a ceny ostatních dodavatelů energie. Nano Energies se specializuje na obchod s elektřinou vyrobenou z obnovitelných zdrojů. Většina elektřiny (74 %) je dodávána z bioplynových stanic, dále 14 % energie pochází ze sluneční elektrárny střešní a 12 % je ze sluneční elektrárny pozemní. Porovnány byly ceny a tarify společnosti Nano Energies, a.s. a ČEZ, a.s. Je důležité zmínit, že v případě, že by hotel odebíral veškerou energii od Nano Energies, byly by náklady nižší (okolo 507 000,- Kč) než když by odebíral hotel část energie od společnosti ČEZ a určité procento od Nano Energies – cena za energii za rok by byla i nižší než celkové náklady za odběr energie od společnosti ČEZ. V rámci porovnání původních kritérií s novými je patrné, že čím větší podíl energie z obnovitelných zdrojů, tím nižší náklady na celkovou energii.

Co se týče porovnání nákladů na jednorázová mýdla v hotelu, byly propočítány náklady okolo 12 tisíc/rok (v případě hotelu Adalbert, kde je průměrná obsazenost 2 500 osob/rok; průměrně 3 mýdla na osobu; 1,6,-Kč za jednorázové mýdlo). Náklady na pořízení dávkovačů mýdla představují částku okolo 9 tisíc Kč. Z hlediska nákladů za celý první rok (rok investice do dávkovačů mýdla) jsou náklady vysoké z důvodu investice a neoddělitelnému nákupu tekutého mýdla. Z dlouhodobého hlediska je ale pořízení těchto dávkovačů velice výhodné a mnohem šetrnější vůči životnímu prostředí.

Snížení průtoku vody z 12 litrů na 9 litrů za minutu nečinní hotelu, který již má nastavitelné hlavice sprch a kohoutků, žádnou investici a zaručuje ušetření nákladů. V případě, že koupelny hotelu nejsou vybaveny nastavitelnými hlavicemi, je nutné pořídit tzv. perlátory, které slouží jako úsporné nástavce na běžný kohoutek či sprchu. Nižší průtok u perlátoru téměř nelze rozeznat, protože do vody je ve větší míře přimícháván vzduch. Cena tohoto nástavce je průměrně 60,-Kč, což znamená počáteční investici u hotelu s 23 pokoji přibližně 3 000,-Kč (koupelna = 1x kohoutek umyvadla, 1x sprchová hlavice). Průměrná spotřeba vody na 1 osobu je 120 litrů/den a cena za 1 kubík vody (1 000 litrů) je průměrně 65,-Kč. Snížením průtoku vody na 9 litrů tedy lze snížit spotřebu vody na 1 hosta průměrně na 90 litrů za den, čímž bude ušetřeno v hotelu s obsazeností okolo 2 500 hostů/rok přibližně 75 000 litrů ročně, což je průměrně 4 875,-Kč při stávající ceně za 1 kubík vody. Znamená to, že i v případě nutné koupi perlátorů, bude tato počáteční investice vrácena během prvního roku.

Na základě porovnání investičních a provozních nákladů u nových kritérií technické směrnice Ekoznačky EU lze zhodnotit, že revize systému znamená pro hotely vyšší investiční náklady. Dá se tedy předpokládat, že pro hotely nebylo možné investovat do nových opatření a nebo nevěřily v návratnost těchto investic. Toto tvrzení bylo ovšem analýzou cen a nákladů v této kapitole vyvráceno. Investiční náklady se maximálně do pěti let vrátí, neboť provoz nových opatření a nástrojů vykazuje mnohonásobně menší náklady.

4.1.6 Adaptace českého hotelnictví na nová kritéria technické směrnice EU

4.1.6.1 Adaptace hotelu Adalbert na nové požadavky po revizi systému Ekoznačky EU

Hotel Adalbert se nachází v Praze, na půli cesty mezi Ruzyňským letištěm a Pražským hradem. Adalbert nabízí svým hostům 23 pokojů, včetně dvou apartmá a bezbariérového pokoje. Hotel nese jméno jednoho ze zakladatelů Břevnovského kláštera, biskupa Vojtěcha (Adalberta) především kvůli historické charakteristice bývalého konventu, založeného opatem Tomášem Sartoriem v roce 1668. Hotel Adalbert dává k dispozici svým hostům prostory k pořádání kongresů či školení v konferenčních místnostech nebo v přilehlém křídle Břevnovského kláštera.

Hotel Adalbert patří mezi české zelené hotely, kterým se podařilo přizpůsobit své vybavení a provoz novým kritériím technické směrnice EU.

Na základě prostudování Žádosti o udělení ekoznačky, zaslané hotelem Adalbert k posouzení agentuře CENIA, bylo zjištěno, jak se hotel vypořádal se zpřísněnými kritérii EU:

- Elektrická energie z obnovitelných zdrojů

Hotel je připojen na elektrickou rozvodnou síť Břevnovského kláštera, který neodebírání elektrickou energii z obnovitelných zdrojů. Z toho důvodu neodebírání elektrickou energii ani hotel Adalbert. Vzhledem k historickému charakteru Břevnovského kláštera není možné využití ani jiných alternativních zdrojů elektrické energie. *Technická směrnice uvádí, že obnovitelné zdroje mají povinnost využívat ta turistická ubytovací zařízení, která mají přístup na trh nabízející elektrickou energii vyráběnou*

z obnovitelných zdrojů. Hotel Adalbert přístup na tento trh nemá (vzhledem k závislosti na správu kláštera, která tento odběr odmítá) a z důvodu historického rázu budovy se nemůže jinak přizpůsobit tomuto kritériu, čímž požadavek technické směrnice EU splňuje.

- Uhlí a těžké oleje

Adalbert je vytápěn plynovými kotli, takže nepoužívá uhlí ani těžké oleje. Tím splňuje kritérium zakazující používání těžkých olejů s obsahem síry vyšším než 0,1 % a uhlí jako zdroje energie.

- Klimatizace

Hotel Adalbert není vybaven klimatizací, čímž eliminuje požadavek technické směrnice o používání klimatizačního systému s energetickou účinností alespoň třídy A.

- Energetická účinnost a výroba tepla

Revize funkčnosti kotlů probíhá vždy před a po topné sezóně. Energetický audit budovy nemůže být stanoven pro historický ráz objektu. Toto vyjádření k energetické účinnosti budovy je dostačující ke splnění dalšího požadavku směrnice.

- Izolace oken a vypínání topení

V hotelu byla provedena izolace oken gumovým těsněním. Výměna těsnění probíhá vždy před a po topné sezóně. Hosté jsou informováni v informační brožurě o nutnosti vypnutí topení při otevření okna. Hotel Adalbert tak splňuje další kritérium pro získání ekoznačení.

- Zhasínání světel a energetická účinnost žárovek

Hosté jsou informováni v informační brožurě o nutnosti zhasnutí světla v případě odchodu z pokoje. 95 % žárovek splňuje energetickou třídu typu A. Technická směrnice EU nařizuje instalaci alespoň 80 % žárovek tohoto typu, takže Adalbert „přeplnil“ tento požadavek.

- Průtok vody z kohoutků a ze sprch

Kohoutky a sprchy byly upraveny na průtok 9 litrů za minutu. U tohoto kritéria došlo k výraznému zpřísnění (z původních 12ti litrů/minutu), hotel Adalbert se požadavku úspěšně přizpůsobil.

- Odpadkové koše na toaletách a splachování pisoárů

Všechny toalety v hotelu Adalbert jsou vybaveny odpadkovými koši. Pánské pisoáry mají automatické splachování pomocí fotobuňky a veškeré toalety jsou vybaveny

dvojím splachováním. O možnostech úspory jsou hosté informováni v informační brožuře. *Hotel Adalbert tak splňuje požadavky týkající se toalet a splachování.*

- Výměna ručníků a ložního prádla

Tabulka upozorňující na režim výměny prádla a ručníků se nachází přímo v koupelně hosta. Pokud si host přeje výměnu ručníků, musí je zanechat na podlaze. Jinak probíhá výměna standardně např. jednou za 3 dny. *Režimem na výměnu prádla a ručníků hotel Adalbert splňuje příslušné kritérium.*

- Správné zneškodňování odpadních vod a třídění odpadu

Hotel je napojený na městský kanalizační systém a personál je proškolen o zákazu vylévání chemických látek. Více jak polovina pokojů je vybavena koši na tříděný odpad, dále jsou tyto odpadkové koše umístěny na chodbě a nebo třídí odpadky za hosta personál. *V hotelu se třídí papír, plasty, sklo, „Tetra Pack“, „Gastro“ odpad a nebezpečný odpad.*

- Výrobky na jedno použití a jednotlivě balené potraviny

Hotelové koupelny a toalety jsou vybaveny dávkovači na mýdlo, sprchový gel a šampon. V rámci stravovacích služeb se z hygienických důvodů používají jednotlivě balená másla, džemy, margaríny, tavené sýry a paštiky. *Technická směrnice povoluje jednotlivě balené snídaně a potraviny jako jsou roztíratelné produkty apod.*

- Další splněná povinná kritéria

Mezi další kritéria, která splňuje hotel Adalbert patří zákaz kouření ve společenských místnostech, poskytování informací o veřejné dopravě, pravidelná údržba a opravy kotlů, stanovení a dodržení cílů environmentální politiky, pravidelné školení zaměstnanců apod.

- Splnění volitelných kritérií

Hotel Adalbert splňuje následující volitelná kritéria: stravovací služby (3 body), zelené plochy a možnost rekreačních sportů (3 body), sauna (3 body), regulace teploty u radiátorů (1,5 bodu), bioklimatická architektura (1 bod), umístění chladniček (1 bod), časový spínač v sauně (1 bod), využívání dešťové vody (2 body), splachování toalet dvojím splachováním (1,5 bodu), odstranění náledí (1,5 bodu), údaje o tvrdosti vody (1 bod), úsporné pisoáry (1,5 bodu), místní druhy vegetace používané pro novou venkovní výsadbu (1 bod), mycí a čisticí prostředky s označením ekologicky šetrný výrobek (3 body), prostředky odpuzující hmyz a škůdce (2 body), kompostování (2 body), nápoje

v jednorázových obalech (2 body), zneškodňování tuků a olejů (2 body), komunikace a vzdělávání v oblasti životního prostředí (1,5 bodu), vratné nebo znovu naplnitelné láhve (2 body), místní potravinářské výrobky (3 body).

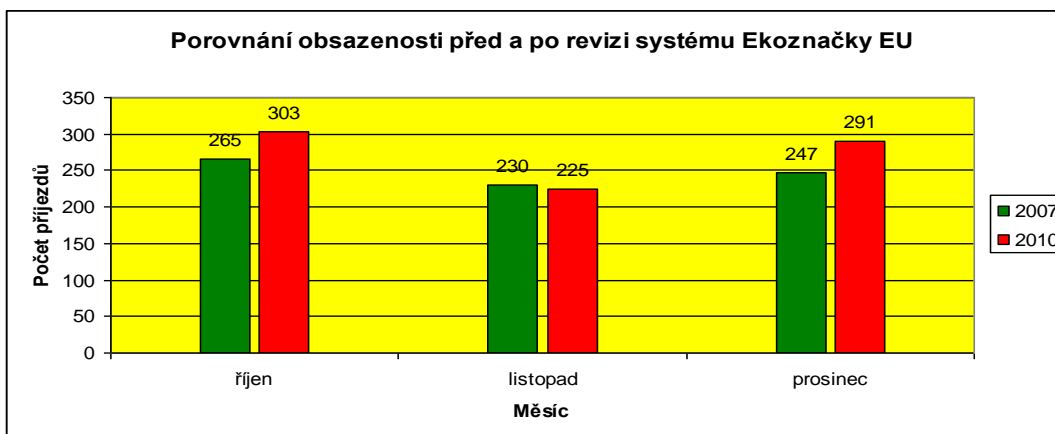
Hotel Adalbert měl obavu především ze snížení průtoku vody v kohoutcích z 12ti na 9 litrů za minutu, neboť pro hotel je i přes jeho zelený provoz stále hlavním cílem komfort zákazníka. Vzhledem ke speciálním sprchovým hlavicím ale host žádnou změnu nezaregistroval.

Aby hotel mohl dostat Ekoznačku EU, musí splňovat jednak všechna povinná kritéria a zároveň splňovat volitelná kritéria v součtu 20 bodů. Hotel Adalbert splnil veškerá povinná kritéria a počet bodů za volitelná kritéria je 38,5, z čehož vyplývá, že hotel obhájil Ekoznačku EU i se zpřísněnými požadavky.

4.1.6.2 Analýza vlivu zpřísněného environmentálního přístupu na obsazenost hotelu Adalbert

Hlavním cílem této kapitoly je porovnání obsazenosti hotelu Adalbert v době před revizí systému Ekoznačky a po revizi systému, čili po úspěšném obhájení licence. Vzhledem k tomu, že hotely měly 9 měsíců čas na přizpůsobení se novým kritériím (do konce října roku 2010), jsou zhodnocena pouze data o obsazenosti za poslední čtvrtletí roku 2010. Pro porovnání jsou zahrnuta data z posledního čtvrtletí roku 2007 a z posledního čtvrtletí roku 2010 (viz Graf 2.).

Graf 2.: Porovnání obsazenosti hotelu Adalbert v posledním čtvrtletí roku 2007 a 2010



zdroj: vlastní zpracování z dat poskytnutých hotelem Adalbert

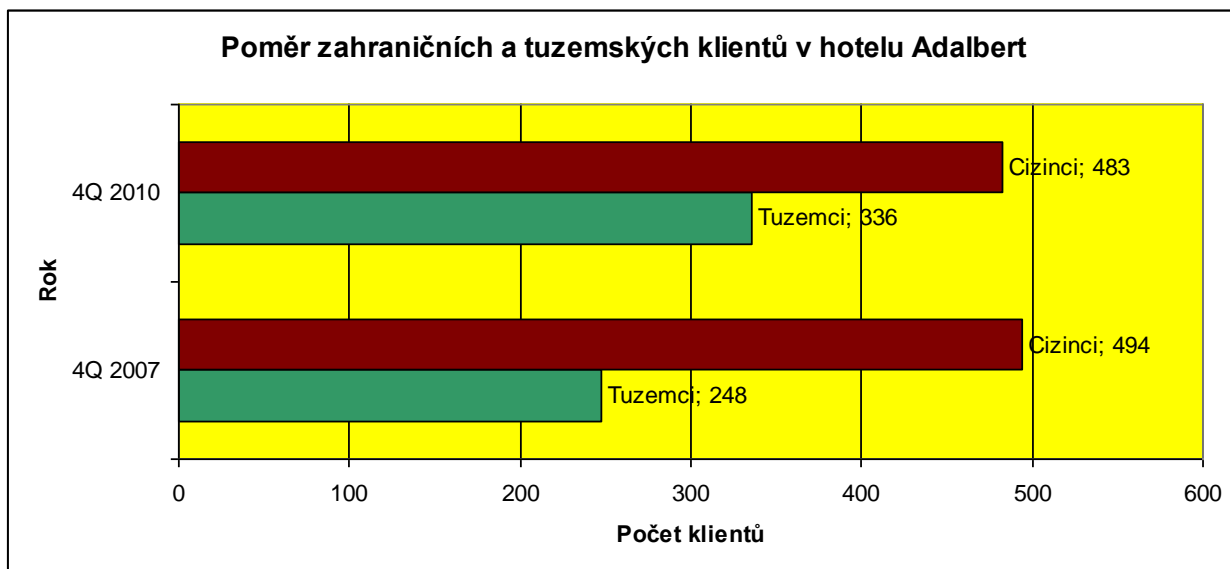
Z Grafu 2. je patrné, že obsazenost hotelu Adalbert má v posledním čtvrtletí roku (říjen - prosinec) pozitivní vývoj. V roce 2007 měli turisté k dispozici 9 zelených

ubytovacích zařízení v České republice a v roce 2010 je již pouhých 5 takových hotelů. Hotel Adalbert je jediným hotelem v České republice, který má jednak certifikaci Ekologicky šetrná služba, ale také prestižní Ekoznačku EU. Na základě prozkoumání dat v Příloze 9.3 bylo zjištěno, že nejvíce klientů pro hotel Adalbert v posledním čtvrtletí roku 2007 bylo z České republiky, Německa a Slovenska. Oproti tomu v posledním čtvrtletí 2010 navštívili hotel Adalbert nejvíce lidé z České republiky, Slovenska a Spojených států amerických. Zůstává tedy otázkou, zda pozitivní vývoj obsazenosti v posledních čtvrtletí roku může být ovlivněn získanou prestiží v rámci obhájení zpřísněných pravidel Ekoznačky EU a nebo zda se jedná o přirozený pozitivní vývoj v rámci vyššího počtu příjezdů turistů do Prahy. Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism zaznamenala v roce 2010 vyšší počet turistů z Ruska, Polska, Francie, Rakouska a také např. Maďarska než tomu bylo za rok 2007. Hosté z těchto zemí sice patří mezi nejpřednější klientelu hotelu Adalbert, ale počet klientů z těchto zemí ubytovaných v tomto hotelu se příliš nezměnil. Zvýšený počet hostů v hotelu Adalbert byl zaznamenán u klientely z České republiky, Německa a Slovenska (ve srovnání s rokem 2007). CzechTourism uvádí, že mezi důležité spotřebitelské trendy patří nyní dovolená blíže k domovu, což by vysvětlovalo velký počet klientů z Německa, Slovenska i České republiky. Nárůst obsazenosti z hlediska českých klientů může být vysvětlen také zvýšením průměrné mzdy (viz Český statistický úřad: rok 2007 – 20 957,-Kč; rok 2010 – 23 951,-Kč) či kupní síly obyvatelstva.

Vzhledem k tomu, že mezi zahraniční turisty přijíždějící do hotelu Adalbert patří hlavně němečtí a slovenští klienti, dá se předpokládat, že zpřísnění pravidel Ekoznačky EU význam na obsazenost v tomto případě nemá – neboť v Německu a Slovensku zelené hotely této ekoznačky zatím nejsou certifikována a tudíž se předpokládá, že zde není dostatečná informovanost o tomto ekolabelingu. Co se ale týče českých klientů, zde by mohla být obsazenost ovlivnitelná Ekoznačkou EU. Vzhledem k tomu, že tento systém ekoznačení zastřešuje Ministerstvo životního prostředí, zaručuje hotelům přednostní využívání jejich služeb v rámci „vládních zakázek“.

Zajímavý je také pohled na obsazenost hotelu Adalbert z hlediska počtu příjezdů cizinců a tuzemců (viz Graf 3.).

Graf 3.: Poměr zahraničních a tuzemských klientů v hotelu Adalbert ve 4 kvartálu roku 2007 a 2010



zdroj: vlastní zpracování z dat poskytnutých hotelem Adalbert

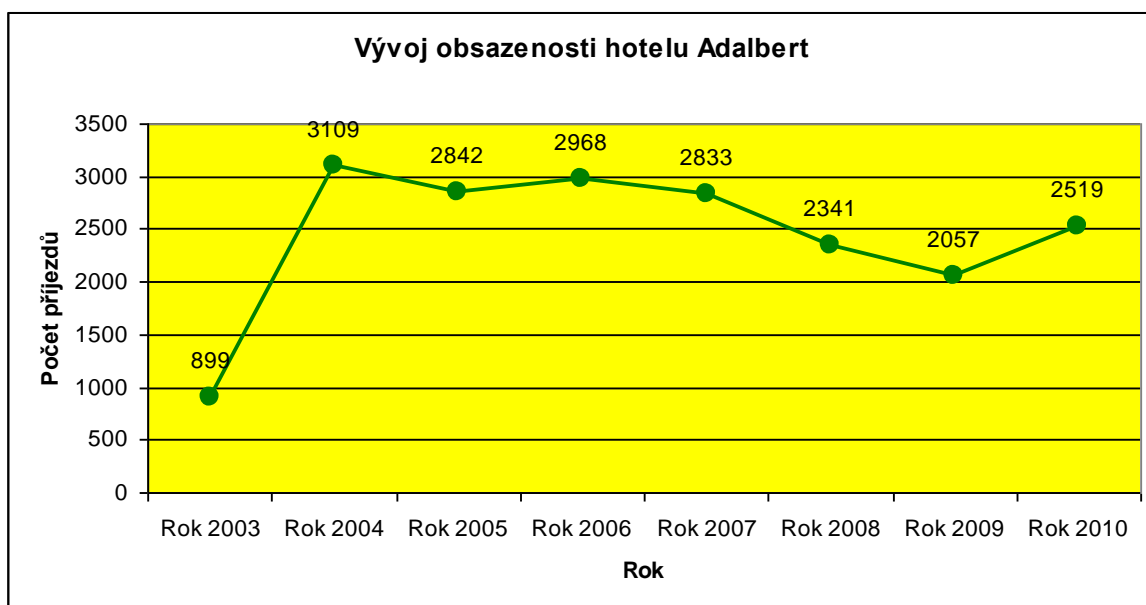
Co se týče pohledu na obsazenost hotelu Adalbert z hlediska celého roku 2007 a 2010, poměr turistů je velice podobný jako je tomu v Grafu 3. Graf 3. tedy nepředstavuje pohled na změnu v sezónním příjezdu turistů. Počet zahraničních klientů se od roku 2007 snížil a naopak čeští hosté přijíždí do hotelu Adalbert ve výrazně větším měřítku. Větší počet tuzemských klientů se dá vysvětlit již zmíněným nárůstem průměrné mzdy a stejně tak aktuálními spotřebitelskými trendy, mezi které patří upřednostňování kvality (výběr hotelu před ubytovnou např.) a kongresová turistika. Dle české centrály cestovního ruchu – CzechTourism počet pořádaných kongresů a konferencí v hromadných ubytovacích zařízeních stále stoupá. Nejen tuzemští obyvatelé využívají hotely a jejich konferenční místnosti ke kongresům, školení apod. Dalším důvodem mohou být již zmíněné vládní zakázky pro zelené hotely.

Počet zahraničních klientů přijíždějících do hotelu Adalbert klesl ve srovnání s rokem 2007. Důvodem pro nižší počet zahraničních klientů v hotelu Adalbert může být posílení české koruny od roku 2007 (viz kurzovní lístek, Ministerstvo financí: rok 2007 – 27,185,-Kč za 1 EUR; rok 2010 – 24,500,-Kč za 1 EUR). Dle CzechTourism mohou být důvody pro nižší počet turistů přijíždějících do ČR následující: Evropský trh zůstává pozadu za světovou ekonomikou, špatná situace v Řecku a Španělsku, problematické

zvyšování cen pohonných hmot, nízké tempo růstu ekonomiky ve východní Evropě a samozřejmě stále se vzpamatovávající ekonomika ze světové ekonomické krize.

Pro kompletní přehled o vývoji obsazenosti hotelu Adalbert je sestrojen Graf 4. (viz přílohy 9.1)

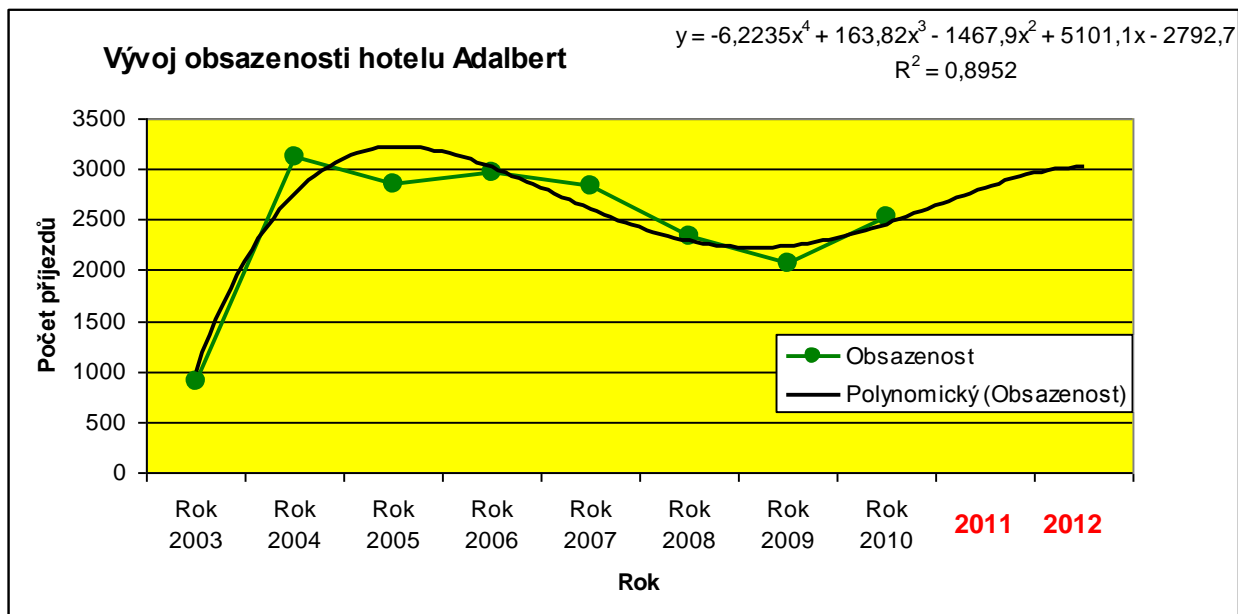
Graf 4.: Vývoj obsazenosti hotelu Adalbert v letech 2003 – 2010



zdroj: vlastní zpracování z dat poskytnutých hotelem Adalbert

Hotel Adalbert zahájil provoz v roce 2003 a zeleným hotelem s certifikací se stal v roce 2006. Z Grafu 3. je viditelný pozitivní vývoj obsazenosti po roce 2003, kdy Adalbert zahájil provoz. Rok 2004 byl pro tento hotel vůbec nejúspěšnějším rokem až do současnosti, což je možné spojit se vstupem České republiky do Evropské unie. Od roku 2005 do roku 2007 byla obsazenost hotelu Adalbert sice nižší než v úspěšném roce 2004, ale i tak byla stabilní. Získání certifikace Ekologicky šetrná služba a Ekoznačky EU (2006) zaznamenalo nepatrné zvýšení obsazenosti. V roce 2008 a 2009 byl zaznamenán značný pokles v obsazenosti, což vysvětluje u hotelů i jiných podniků světová ekonomická krize. V roce 2010 je zde patrný již zmíněný nárůst obsazenosti. Pro přehled o vývoji obsazenosti hotelu Adalbert je sestrojena trendová funkce:

Graf 5.: Předpokládaný vývoj obsazenosti hotelu Adalbert do roku 2012



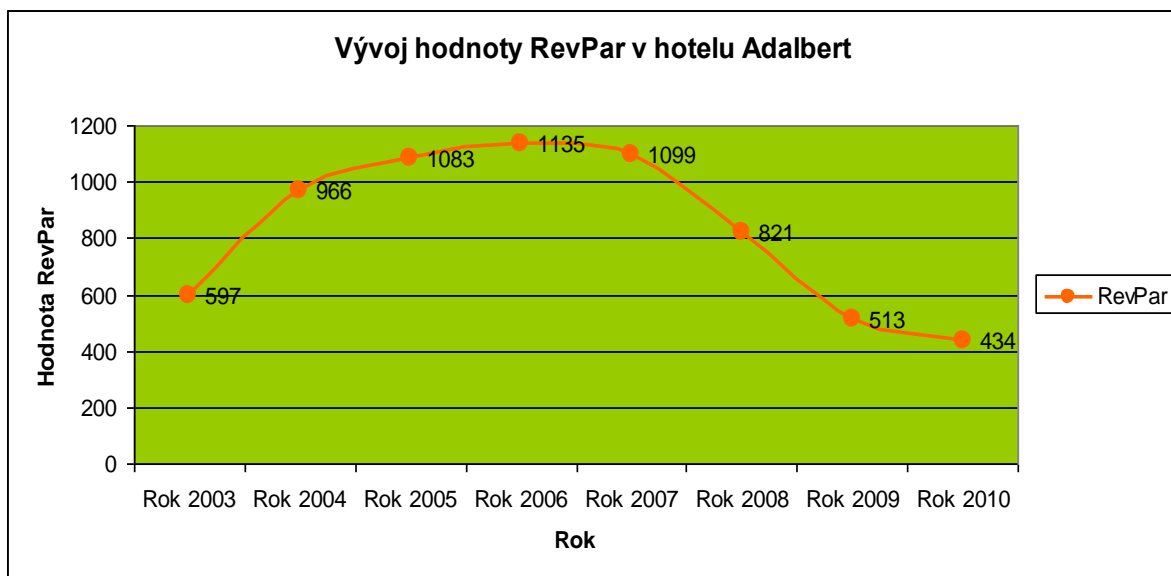
zdroj: vlastní zpracování z dat poskytnutých hotelem Adalbert

Polynomický trend čtvrtého stupně proložený vývojem obsazenosti od roku 2003 značí rostoucí tendenci až do roku 2012. Rovnice regresní přímky je $y = -6,2235x^4 + 163,82x^3 - 1467,9x^2 + 5101,1x - 2792,7$. V případě, že se koeficient determinace blíží 1, existuje v daném vzorku dokonalá korelace. Pokud je koeficient determinace naopak blíží se 0, regresní rovnice nedokáže předpovídat hodnoty y . Ve vývoji obsazenosti hotelu Adalbert do roku 2013 se R^2 rovná hodnotě přibližně 0,8952 (90 % variability hodnoty obsazenosti je vysvětlováno daným regresním vztahem). Důležité je ale brát v úvahu, že obsazenost hotelu není závislá pouze na vývoji v čase obecně, ale je ovlivněna mnoha faktory, které nejsou v této časové řadě zhodnoceny (ekonomická krize, počet příjezdů turistů do ČR, síla české koruny, trendy turistů apod.).

Pro zjištění celkové úspěšnosti a vývoj zelených hotelů v současné době je důležité zmínit i průměrné příjmy za ubytování. Průměrná cena za ubytování (dostupná např. na webových stránkách hotelu) není pro hotely statisticky významný ukazatel, protože nezohledňuje obsazenost hotelu. Z hlediska obsazenosti hotelu a ceny za ubytování je pro hotely nejdůležitější sledovat hodnotu „RevPAR“ (Revenue Per Available Room). RevPar se vypočítá jako celkový příjem za ubytování hostů dělený obsazeností hotelu. Průměrná obsazenost hotelu zohledňuje počet pokojů, průměrný počet osob na pokoji (standardně se

zadáva počet 2), koeficient obsazenosti (okolo 0,6) a počet dnů v roce. Vzhledem ke zmíněným hodnotám zohledněných ve vzorci výpočtu RevPar, je patrné, že tato hodnota a její vývoj značí celkovou ekonomickou situaci hotelu.

Graf 6.: Vývoj hodnoty RevPar v hotelu Adalbert



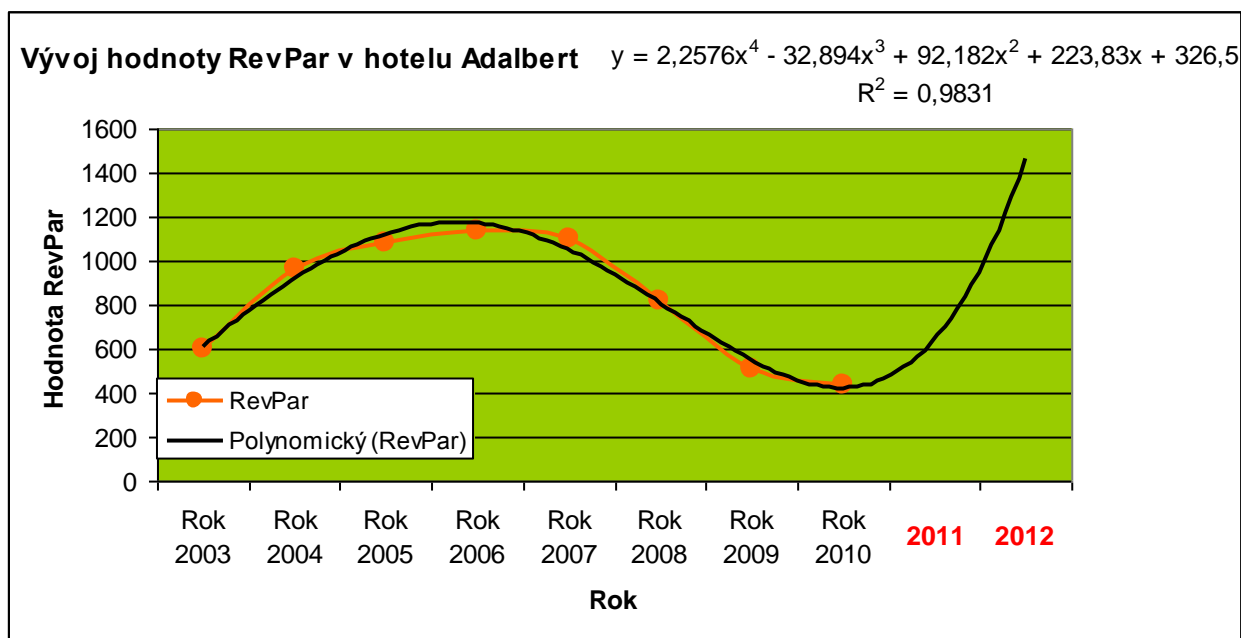
zdroj: vlastní zpracování z dat poskytnutých hotelem Adalbert

RevPar hotelu Adalbert vykazuje nejvyšší hodnoty okolo roku 2006 a 2007. Hotel Adalbert získal v roce 2006 certifikaci zeleného hotelu, je tedy možné předpokládat určitou spojitost a vliv získané prestiže hotelu na celkový výdělek za ubytování hostů, což potvrzuje i Graf 4. – v těchto letech hotel Adalbert zaznamenal vyšší obsazenost. Graf 4. naznačuje pokles obsazenosti v roce 2008 – 2009, ale v roce 2010 již vykazuje zvýšený počet hostů v hotelu Adalbert. Z Grafu 6. je ale patrný zásadní pokles hodnoty RevPar od roku 2008 až do roku 2010, kde se naopak objevuje vůbec nejnižší hodnota za celou dobu provozu hotelu Adalbert. Je tedy zřejmé, že obsazenost hotelu (viz Graf 4. rok 2010) neznačí vyšší příjem pro hotel, ale odráží sníženou cenu za ubytování na minimum. Dle Asociace českých cestovních kancelářů a agentur (AČCKA) klesly ceny za ubytování v hotelu v roce 2010 na nejnižší úroveň v novodobé české historii. Hlavním důvodem je snížený počet turistů přijíždějících do České republiky, což může být vysvětleno již zmíněnou světovou ekonomickou krizí a také přehlížením známých problémů (kapsáři, bezpečnost, taxi), o kterých se běžně píše v průvodcích o České republice.

Vzhledem k tomu, že hotel Adalbert zaznamenal v roce 2010 již zvýšenou obsazenost, dá se předpokládat, že cenu za ubytování (a tím i celkovou hodnotu RevPar)

v roce 2011 začne zvyšovat. Pro zhodnocení tohoto předpokladu je sestrojena trendová funkce vývoje hodnoty RevPar hotelu Adalbert:

Graf 7.: Vývoj hodnoty RevPar v hotelu Adalbert do roku 2012



zdroj: vlastní zpracování z dat poskytnutých hotelem Adalbert

Z Grafu 7. je patrné, že polynomický trend čtvrtého stupně proložený vývojem hodnoty RevPar značí výrazný růst až do roku 2012. Rovnice regresní přímky je $y = 2,2576x^4 - 32,894x^3 + 92,182x^2 + 223,83x + 326,5$. Koeficient determinace se blíží 1, což znamená, že v daném vzorku existuje téměř dokonalá korelace (regresní rovnice dokáže předpovídat hodnoty y). 98 % variability hodnoty RevPar je tedy vysvětlováno daným regresním vztahem. Je tedy nyní možné potvrdit předpoklad, že vlivem zvýšené obsazenosti nastane v hotelu Adalbert zvýšení hodnoty RevPar.

4.1.7 Analýza vlivu environmentálního přístupu cestovních kanceláří na obsazenost hotelu

Hlavním cílem této kapitoly je stanovit vliv cestovních kanceláří na obsazenost zelených hotelů. Dílčím cílem dotazníkového šetření je změřit závislost tohoto vlivu z hlediska zaměření CK (outgoingové a incomingové), dále zjistit rozhodující kritéria pro rezervaci pobytu v hotelu u tuzemských a zahraničních hostů a zhodnocení vlivu velikosti portfolia CK na zohlednění zelených hotelů a tudíž i ovlivnění obsazenosti hotelu.

4.1.7.1 Aplikace Fisherova kombinatorického testu na vyhodnocení vlivu environmentálního přístupu z hlediska typu CK

V dotazníkovém šetření, kterého se zúčastnilo celkem 40 respondentů, uvedlo 31 cestovních kanceláří, že nezohledňují zelené hotely ve svém portfoliu. Dále bylo zjištěno, že těchto respondentů, kteří nezohledňují zelené hotely, je 22 outgoingového typu. Celkový počet outgoingových kanceláří byl 28. Je nutné rozhodnout, zda typ cestovní kanceláře (outgoingové vůči incomingovým) ovlivňuje zohlednění zelených hotelů ve svém portfoliu.

Tabulka 8.: *Asociační tabulka s malými četnostmi*

Zohlednění ZH	Nezohledňují ZH	Zohledňují ZH	Σ
Outgoingové CK	22	6	28
Incomingové CK	9	3	12
Σ	31	9	40

zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

Pro aplikaci Fisherova kombinatorického testu je nutné formulovat nulovou a alternativní hypotézu:

H_0 : Podíl respondentů, kteří nezohledňují zelené hotely ve svém portfoliu je stejný u outgoingových i incomingových cestovních kanceláří.

H_A : Outgoingové cestovní kanceláře uvádějí častěji, že nezohledňují zelené hotely ve svém portfoliu než incomingové cestovní kanceláře.

Tabulka 9.: *Pomocné tabulky pro Fisherův kombinatorický test*

Základní	A	B	C
22 6 28	21 7 28	20 8 28	19 9 28
9 3 12	10 2 12	11 1 12	12 0 12
31 9 40	31 9 40	31 9 40	31 9 40

zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 10.: *Výpočty pravděpodobnosti pro Fisherův kombinatorický test*

p_i	0,3031127
p_{iA}	0,2857920
p_{iB}	0,1364007
p_{iC}	0,0252594

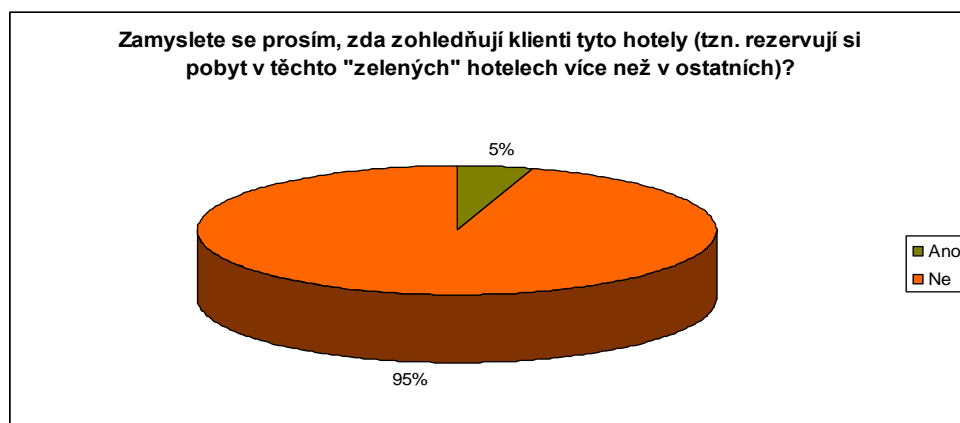
Σp 0,7505648

zdroj: vlastní zpracování

Vypočítaná hodnota pravděpodobnosti (viz Tabulka 10.) vypovídá o tom, že daný výsledek a výsledky ještě nepříznivější mohou nastat (za předpokladu platnosti nulové hypotézy) s pravděpodobností asi 75 %. Riziko neoprávněného odmítnutí nulové hypotézy je tedy 0,751, což je hodnota výrazně větší než zvolená hladina významnosti 0,05. V tomto případě se tedy připouští nulová hypotéza a alternativní hypotéza se zamítá. Podíl cestovních kanceláří, které nezohledňují zelené hotely ve svém portfoliu je stejný u outgoingových i incomingových kanceláří.

Z daných výpočtů tedy vyplývá, že cestovní kanceláře a jejich přístup k zeleným hotelům nezáleží na typu CK. Outgoingové cestovní kanceláře jsou zaměřeny na českou klientelu a naopak zahraniční hotely a incomingové cestovní kanceláře na zahraniční turisty přijíždějící do České republiky a tudíž do českých hotelů. Cestovní kanceláře potvrzovaly většinou nezohlednění zelených hotelů ve svém portfoliu (86 % respondentů zelené hotely nezohledňuje). Toto stanovisko cestovních kanceláří je možné vysvětlit nedostatečnou informovaností, malým počtem zelených hotelů všeobecně nebo nezájmem klientů o danou problematiku. Dá se tedy předpokládat, že klienti oslovující cestovní kanceláře (obou typů) se příliš nezajímají o možnost pobytu v zeleném hotelu. Protože kdyby tomu bylo naopak – poptávka po zelených hotelech ze strany klientů – CK by tyto hotely zohledňovaly a samy oslovovaly. Toto tvrzení lze dokázat názory CK, které byly osloveny dotazníkovým šetřením.

Graf 8.: *Klienti zohledňující zelené hotely*



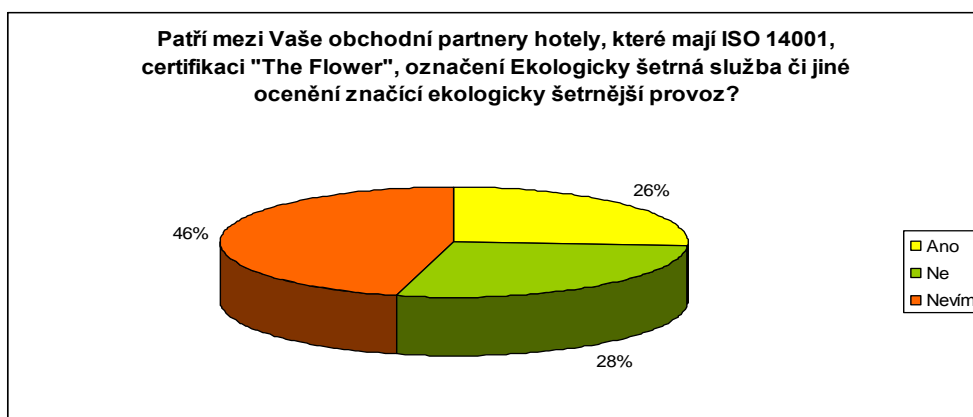
zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

Cestovní kanceláře potvrdily, že současná klientela využívající služeb CK nezohledňuje zelené hotely, čili neuskutečňuje více rezervací v daných hotelech než v ostatních. Cestovní kanceláře proto nemají vliv na obsazenost zeleného hotelu.

Respondenti dotazníkového šetření měli také určit procento klientů, které se o hotely s ekologicky šetrnějším provozem zajímá. Zde bylo téměř z devadesáti procent odpovězeno, že zájem o zelené hotely (ať už formou dotazu nebo samotné rezervace) má přibližně 0 – 2 % klientů. Respondenti se shodli, že klienti, kteří se o tuto problematiku zajímají, pocházejí nejčastěji ze severní Evropy, západní Evropy, střední Evropy, severní Ameriky a Austrálie. Mezi nejčastěji zmiňované patřili klienti ze Švédska, Norska, Finska, Nizozemska, USA a Japonska.

Co se týče cestovních kanceláří, 74 % CK znají pojem „zelený hotel“ a dokazují tak informovanost o existujícím environmentálním přístupu hotelů. Cestovní kanceláře tedy potvrzují znalost dané problematiky a proto byla v dotazníku uvedena i otázka na informovanost o certifikacích u zelených hotelů. Mezi zmiňované certifikace v dotazníku patří řešení ekolabeling v této práci: Ekoznačka EU „The Flower“, Ekologicky šetrná služba a ISO 14001.

Graf 9.: Informovanost cestovních kanceláří o ekolabelingu v ČR



zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

Zmíněných 74 % cestovních kanceláří potvrdilo znalost pojmu „zelený hotel“, ale ukazuje se, že většina CK nezná ekolabeling poskytovaný pro hotelové služby. 46 % dotazovaných cestovních kanceláří neví, zda patří mezi jejich obchodní partnery hotely např. s certifikátem ISO. 26 % cestovních kanceláří potvrdilo, že mají ve svém portfoliu hotely, které mají některou ze zmíněných certifikací. Proto byla v dotazníkovém šetření

zahrnuta otázka, která zjišťuje počet certifikovaných hotelů v rámci celého portfolia CK. 79 % respondentů (ze zmíněných 26 %) odpovědělo, že spolupracují s 1 – 9 certifikovanými hotely a 21 % cestovních kanceláří má v portfoliu dle tohoto výzkumu více než 16 hotelů.

Protože CK prokázaly částečnou informovanost v dané problematice, byly vyzvány k výběru svého stanoviska k zeleným hotelům na základě těchto výroků:

1. Zelený hotel se zásadně podílí na ochraně životního prostředí. Svým ekologicky šetrným provozem šetří neobnovitelné zdroje a šetří přírodu v rámci celé země.

2. Hotely často používají značení ekologicky šetrného provozu pouze z důvodu vyrovnání se konkurenci či splnění trendu vůči dnešní společnosti. Stále se tak objevuje tzv. green washing (označení nezelené služby za zelenou), kdy zaměstnanci ani vedení hotelu nezastává filozofie zeleného provozu hotelu.

3. Hotel nemůže být nikdy zcela "zelený". Provoz hotelu bude vždy vyžadovat značnou spotřebu energií, vždy bude vytvářet velké množství odpadu a tím pádem bude mít jeho provoz vždy určitý dopad na životní prostředí.

Výroky byly stanoveny tak, aby byly zohledněny veškeré pohledy na environmentální přístup hotelu. 1. výrok představuje pozitivní přístup na danou problematiku, kdy respondent věří ve filosofii certifikací a dává do zeleného provozu hotelu velké naděje z hlediska přírody. 2. výrok naopak představuje extrém, kdy respondent smýšlí o zeleném hotelu jako o pokryteckém pojmenování ubytovacího zařízení, které má a bude mít velký dopad na životní prostředí. 3. výrok pouze přiznává, že hotel nemůže být nikdy zcela „zelený“, ale nevytváří negativní postoj na danou problematiku.

60 % cestovních kanceláří se přiklonilo k výroku 3., 28 % má pozitivní postoj v 1. výroku a zbylých 12 % podporuje teorii o pokrytectví zeleného hotelu.

Hlavním cílem tohoto výzkumu bylo zjistit, zda se může cestovní kancelář významně podílet na obsazenosti zeleného hotelu. Z tohoto důvodu byla v dotazníku

zmíněna otázka, zda hotely uvádí environmentální přístup hotelu na svých webových stránkách, nebo zda zde např. mají speciální skupinu (rozhraní) pro tyto hotely. Takto uvedený hotel na webových stránkách CK by mohl mít určitou výhodu a odlišení od ostatních hotelů, ale ukazuje se, že 98 % respondentů nemá speciální skupinu pro tyto hotely a pouhých 30 % cestovních kanceláří uvádí u popisu hotelu zmínku o jeho environmentálním přístupu.

Pro cestovní kanceláře v současné době není pravděpodobně příliš důležité zmiňovat informace o environmentálním přístupu hotelů na svých webových stránkách, protože se shodují, že hlavním rozhodovacím kritériem klienta při rezervaci pobytu je cena. Pouze některé CK (17 % z dotazovaných respondentů) zvolily za hlavní rozhodovací kritérium hosta destinaci.

4.1.7.2 Aplikace Fisherova kombinatorického testu na vyhodnocení vlivu velikosti portfolia CK na zohlednění zelených hotelů

Dotazníkového šetření se zúčastnilo zmíněných 40 cestovních kanceláří. 6 respondentů potvrdilo, že zohledňují zelené hotely. Bylo zjištěno, že těchto 6 cestovních kanceláří má ve svém portfoliu počet hotelů v intervalu 0 – 69. Celkový počet cestovních kanceláří, které mají takto velké portfolio, je 18. Zbytek respondentů má v portfoliu 70 a více hotelů. Z těchto respondentů zohledňují zelené hotely 3 cestovní kanceláře.

Tabulka 11.: *Asociační tabulka s malými četnostmi*

Velikost portfolia	0 – 69	70 – více	Σ
Zohledňují ZH	6	3	9
Nezohledňují ZH	12	19	31
Σ	18	22	40

zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

Pro aplikaci Fisherova kombinatorického testu je opět nutné formulovat nulovou a alternativní hypotézu:

H_0 : *Podíl respondentů, kteří zohledňují zelené hotely ve svém portfoliu, je stejný u cestovních kanceláří s velikostí portfolia 0 – 69 hotelů, stejně jako u CK s portfoliem 70 a více hotelů.*

H_A : *Cestovní kanceláře, které mají ve svém portfoliu více než 70 hotelů, uvádějí častěji, že nezohledňují zelené hotely než cestovní kanceláře s portfoliem 0 – 69 hotelů.*

Testování významnosti bude provedeno na hladině významnosti 0,05.

Tabulka 12.: *Pomocné tabulky pro Fisherův kombinatorický test*

Základní		
6	3	9
12	19	31
18	22	40

A		
7	2	9
11	20	31
18	22	40

B		
8	1	9
10	21	31
18	22	40

C		
9	0	9
9	22	31
18	22	40

zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 13.: *Výpočty pravděpodobnosti pro Fisherův kombinatorický test*

pi	0,1045519
piA	0,0268848
piB	0,0035206
piC	0,0001778
Σ p	0,1351351

zdroj: vlastní zpracování

Riziko neoprávněného odmítnutí nulové hypotézy odpovídá hodnotě 0,1351, což znamená, že výsledek a výsledky ještě nepříznivější mohou nastat (za předpokladu platnosti nulové hypotézy) s pravděpodobností 13,5%. Hodnota 0,1351 (viz Tabulka 13.) je hodnota vyšší než zvolená hladina významnosti 0,05. Připouští se proto nulová hypotéza a alternativní hypotéza se zamítá. Podíl cestovních kanceláří, které zohledňují zelené hotely je stejný u kanceláří s velikostí portfolia 0 – 69 hotelů jako u CK s portfoliem 70 a více hotelů.

4.1.8 Analýza vlivu environmentálního přístupu hotelů na obsazenost hotelu

4.1.8.1 Fisherův kombinatorický test aplikovaný k vyhodnocení vlivu kapacity hotelu na existenci environmentálního managementu

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 21 hotelů, z čehož 4 respondenti uvedli, že mají zavedený environmentální management. Z výzkumu bylo dále zjištěno, že 3 hotely, které zařadily do své struktury environmentální management, má kapacitu 0 – 149.

Celkový počet hotelů této kapacity je 14. Fisherův kombinatorický test byl aplikován pro rozhodnutí, zda kapacita hotelu ovlivňuje zavedení environmentálního managementu.

Tabulka 14.: *Asociační tabulka s malými četnostmi*

Kapacita hotelu	0 – 149	150 a více	Σ
Mají EMAS či RB	3	1	4
Nemají EMAS či RB	14	3	17
Σ	17	4	21

zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

Pro aplikaci Fisherova kombinatorického testu je nutné stanovit nulovou a alternativní hypotézu:

H_0 : Podíl respondentů, kteří mají zavedený environmentální management je stejný u hotelů s kapacitou 0 – 149 jako u hotelů s kapacitou 150 a více.

H_A : Hotely s kapacitou 0 – 149 uvádějí častěji, že mají zavedený environmentální management než hotely s kapacitou 150 a více.

Tabulka 15.: *Pomocné tabulky pro Fisherův kombinatorický test*

Základní			A		
3	1	4	4	0	4
14	3	17	13	4	17
17	4	21	17	4	21

zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 16.: *Výpočty pravděpodobnosti pro Fisherův kombinatorický test*

p_i	0,4544695
p_{iA}	0,3976608
Σp	0,8521303

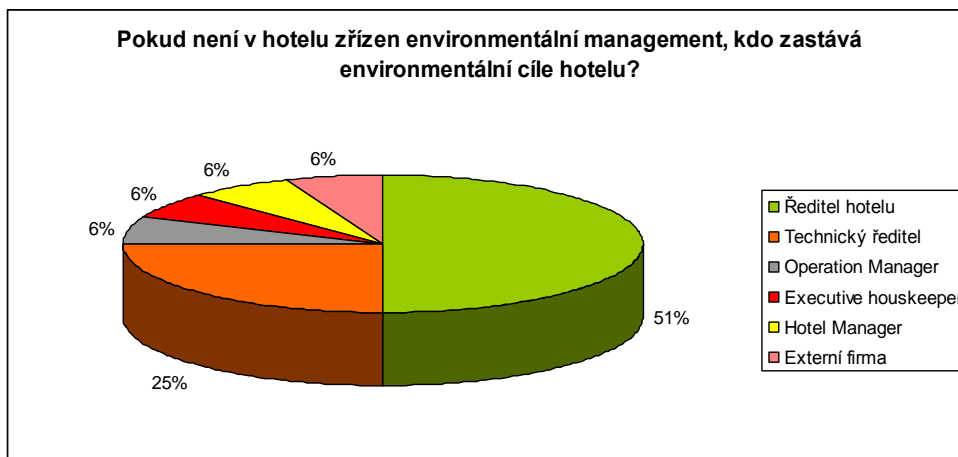
zdroj: vlastní zpracování

Z Tabulky 16. je patrné, že riziko neoprávněného odmítnutí nulové hypotézy je 0,852. Za předpokladu platnosti nulové hypotézy tak může nastat daný výsledek s pravděpodobností asi 85 %. Hodnota 0,852 je vyšší než hladina významnosti 0,05, a proto se alternativní hypotéza zamítá. Připouští se nulová hypotéza, což znamená, že podíl

hotelů, které mají ve své struktuře zahrnutý environmentální management, je stejný u hotelů s kapacitou 0 – 149 jako u hotelů s kapacitou nad 150.

Z dotazníkového šetření bylo tedy zjištěno, že z 21 oslovených hotelů, mají pouze 4 hotely environmentální management (popř. responsible business) zařazený v celkové struktuře managementu hotelu. Proto byli respondenti dotázáni, zda zastává environmentální činnost v hotelu někdo jiný. Tato otázka bylo položena za předpokladu, že v menších hotelech není sestaven environmentální management jako takový, ale i tak má v hotelu někdo tuto činnost a environmentální cíle obecně ve své kompetenci. Předpokládaná hypotéza o vlivu velikosti hotelu na přítomnost environmentálního managementu byla Fisherovým kombinatorickým testem zamítnuta. Dotazníkové šetření ukázalo, bez ohledu na velikost hotelu, že environmentální přístup řízení zastává v mnoha případech jiná kompetentní osoba než environmentální management (RB koordinátor) jako takový.

Graf 10.: *Zodpovědná osoba za environmentální cíle hotelu v případě neexistence environmentálního managementu*



zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

Environmentální otázky v řízení hotelu řeší přes 80 % hotelů (17 hotelů využilo tuto nepovinnou otázku k odpovědi na řešení environmentálních cílů jinou osobou), ale nezřizují pro tuto činnost speciální management či koordinátora RB. Zodpovědnost a kompetence v otázkách ochrany životního prostředí je dáována do rukou většinou řediteli hotelu (je tomu tak např. i v hotelu Adalbert), který zodpovídá za celkovou filosofii řízení hotelu a jeho prestiž. 25 % hotelů svěřuje environmentální cíle technickému řediteli, který

zodpovídá za řízení a organizaci činností v rámci útvaru a navrhuje nové postupy ke zvýšení efektivity stávající výroby a služeb. V ostatních hotelech zastává tuto činnost např. operation manager, executive housekeeper, hotel manager nebo dokonce externí firma. Důležitý poznatek z těchto odpovědí je, že hotely berou v potaz ochranu životního prostředí, ale stále tuto problematiku nepreferují natolik, aby ji dali do rukou specialistovi (RB koordinátor apod.). Je totiž pravděpodobné, že např. ředitel hotelu nemůže obětovat celou svou pracovní náplň právě otázkám životního prostředí.

Aby mohl hotel uplatňovat a dodržovat environmentální politiku, měli by být řádně proškoleni zaměstnanci hotelu. Respondenti byli proto dotazováni, zda probíhá školení v oblasti ochrany životního prostředí v hotelu (nezbytná podmínka pro realizaci environmentálních cílů hotelu). Školení v oblasti environmentálně zodpovědného přístupu hotelů potvrdilo celkem 10 hotelů, což znamená, že toto školení probíhá i v hotelech, kde není zřízen environmentální management (EMAS mají pouze 4 respondenti).

Graf 11.: Školení v oblasti environmentálně zodpovědného přístupu



zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

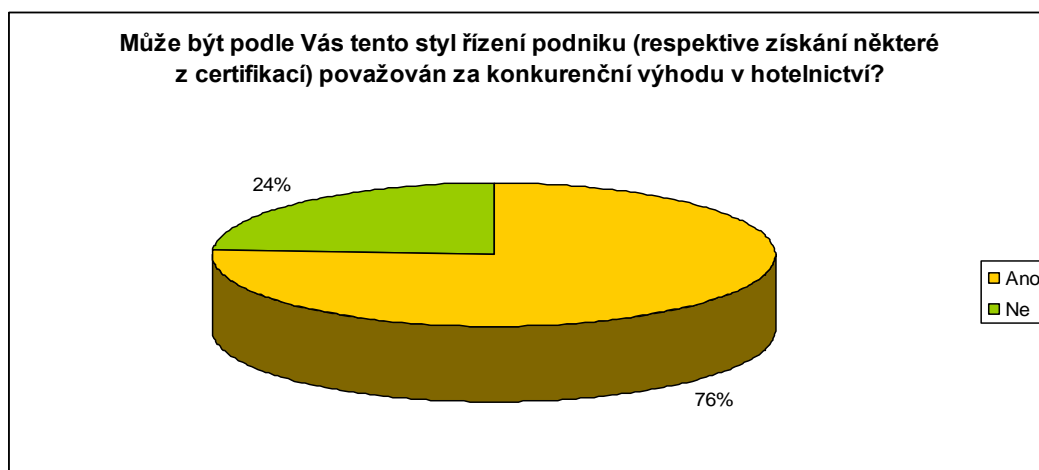
Z Grafu 11. je patrné, že více než 50 % dotazovaných hotelů své zaměstnance v této problematice neškolí. 24 % respondentů odpovědělo, že školí zaměstnance při nábore zaměstnanců, to znamená, že k proškolení dochází pouze u nově přichozích zaměstnanců. Zbylých 24 % hotelů školí své zaměstnance pravidelně. Tyto hotely tedy proškolí své nové zaměstnance při nástupu do pracovního poměru a pak dochází

k pravidelnému proškolení. V hotelu Adalbert dochází k pravidelnému proškolení zaměstnanců jednou za rok (což značí i plnění podmínek certifikace).

Graf 9. vypovídá o tom, že hotely se o environmentální cíle a problémy s tím spojené většinou zajímají. Proto byly v dotazníku uvedeny i otázky, které měly za cíl zjistit, co vlastně hotely za nástroje environmentálního přístupu požadují a jaké uplatňují. 86 % z dotazovaných hotelů odpovědělo, že mají některá z environmentálních opatření (jako příklad ze strany dotazovatele byly uvedeny úsporné žárovky či odpadkové koše na tříděný odpad v pokoji hosta). Za nástroje environmentálního přístupu aplikované ve svém hotelu respondenti považují především (vlastní odpovědi hotelů na otevřenou otázku): praní ručníků pouze na vyžádání; úsporné žárovky; omezený průtok vody; vypínání topení v nepřítomnosti hosta; třídění odpadu; preference vratných obalů a vypínání všech spotřebičů na základě vysunutí hotelové karty z centrálního panelu. Respondenti se shodli především na úsporných žárovkách, výměně ručníků a regulaci teploty. Z uvedených odpovědí hotelů vyplývá, že informovanost o dané problematice je poměrně vysoká. Vzhledem k tomu, že odpovědi se téměř shodují s podmínkami certifikace pro zelené hotely, byli respondenti dotazováni, zda mají nějakou certifikaci v dané oblasti. Ze všech dotazovaných hotelů byla kladná odpověď pouze u jednoho respondenta, a to ISO 14001. Většina hotelů se tedy věnuje dané problematice (alespoň některými nástroji) pouze z vlastního uvážení, bez získání certifikace. Hotely byly proto dotazovány, zda neuvažují o získání některých z certifikací pro zelené hotely (zmíněny byly „The Flower“ a Ekologicky šetrná služba). Necelých 10 % z dotazových respondentů odpovědělo, že by o takovou certifikaci zájem mělo. Zbytek hotelů (čili naprostá většina z hlediska počtu dotazovaných) nevyjádřil zájem o ekolabeling.

Vzhledem k tomu, že se ukazuje, že hotely přijímají určité nástroje environmentálního přístupu, ale nemají zájem o certifikaci, bylo důležité zjistit, zda považují hotely certifikaci a tím i zelený styl řízení hotelu za konkurenční výhodu.

Graf 12.: *Certifikace a environmentální styl řízení jako konkurenční výhoda hotelu*



zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

76 % hotelů považuje environmentální styl řízení a certifikaci s tím spojenou za konkurenční výhodu v hotelnictví. Z toho vyplývá, že hotelový management si je vědom, že otázky ochrany životního prostředí nyní vstupují do popředí a stále častěji se tak objevují zelení zákazníci. Z Grafu 12. je také patrné, že hotely si uvědomují, že certifikace v této oblasti může působit jako důležité odlišení od konkurence.

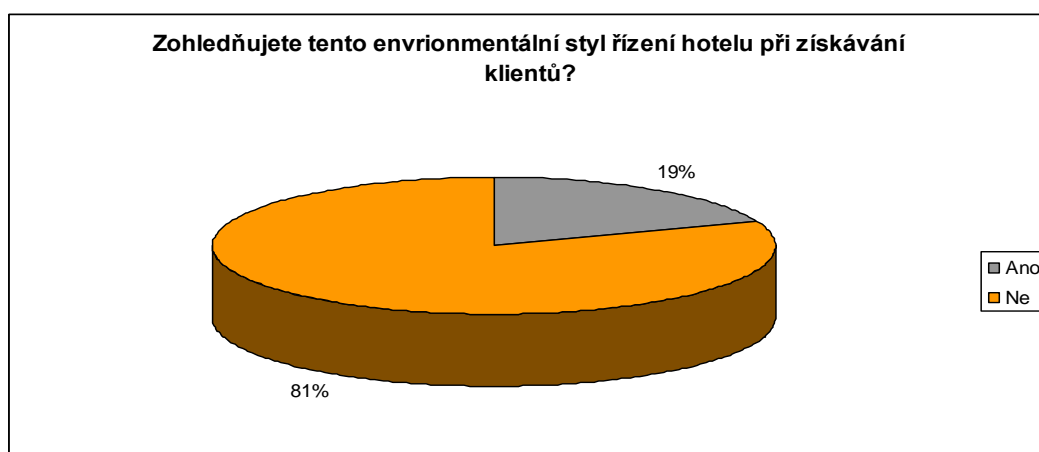
Respondenti byli proto dále požádáni, ať uvedou důvod svého tvrzení o konkurenční výhodě zelených hotelů (otevřená otázka dotazníku). Mezi odpovědi hotelů, které vidí v certifikaci konkurenční výhodu patří především: ekologické aspekty mohou přilákat nové zákazníky; v budoucnosti budou mít otázky ochrany životního prostředí stále větší význam; nastupující nová filosofie žití; image hotelu; odlišení se od konkurence; míra propagace založená na certifikátu. Mezi záporné odpovědi, kdy hotely nevidí v environmentálním přístupu konkurenční výhodu, patří: klienti jsou orientováni při výběru hotelu na cenu, lokaci a úroveň služeb; v současné době to ještě není zásadní otázka pro klienty; náklady na zelený hotel jsou vyšší; malý hotel.

Z negativních odpovědí je patrné, že informovanost hotelů v dané problematice stále není dost vysoká, protože argumenty ohledně nákladů a velikosti hotelů jsou neprokazatelné, naopak již vyvrátitelné. Certifikaci může získat hotel jakékoliv velikosti či kapacity (dokazuje hotel Adalbert versus hotel Adria) a z kapitoly 4.1.5 je zřejmé, že náklady na provoz zeleného hotelu jsou dokonce nižší než u hotelu běžného. Tato úspora byla potvrzena i ze strany managementu hotelu Adalbert, který potvrdil úsporu za plyn (27 %), elektřinu (3 %), odpady (20 %) a u prádelny (11 %) – a to hned za první rok po aplikaci nástrojů certifikace.

Zajímavé je, že některé hotely neuváděly přímo důvody pro své tvrzení o konkurenční výhodě na trhu, ale spíše zde zazněly omluvy a výmluvy, proč právě jejich hotel zelený není. Hotely zmiňují „obrovské“ náklady na získání těchto certifikátů. Je zřejmé, že určité investiční náklady zde jsou (viz kapitola 4.1.5), ale určitě ne takové, jaké si hotely představují. Agentura CENIA navíc poskytuje poradenství a často se podaří díky této konzultaci investiční náklady zmírnit na minimum.

Hlavním cílem této kapitoly je zjistit vliv environmentálního přístupu na obsazenost hotelu. Respondenti byli proto dotazováni, zda uplatňují tento styl řízení při získávání klientů a jakým způsobem.

Graf 13.: Zohlednění environmentálního stylu řízení hotelu při získávání klientů



zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

Používání alespoň některých z environmentálních nástrojů v provozu hotelu potvrdilo již zmíněných 86 % z dotazovaných hotelů. Pouhých 19 % respondentů zohledňuje či zmiňuje environmentální nástroje při získávání klientů. Znamená to, že přes 80 % hotelů zaměřuje svou propagaci stále na cenu a úroveň služeb. Ty hotely, které environmentální přístup zmiňují, potvrdily zájem hlavně ze strany korporátních partnerů. Zájem ze strany cestovních kanceláří nebyl zmíněn ani jednou – což již bylo potvrzeno v předchozí kapitole, kde výzkum potvrdil, že cestovní kanceláře zelené hotely zatím příliš nezohledňují. Nyní je možné zhodnotit, že environmentální styl řízení hotelu nemá vliv na obsazenost hotelu, protože hotely jej dosud k získávání klientů příliš nepoužívají.

Stejně jako cestovní kanceláře, i zde měli respondenti dotazníkového šetření rozhodnout, odkud pocházejí nejčastěji klienti, kteří se zajímají o zelené služby. Mezi nejčastější odpovědi patří klienti ze severní Evropy, západní Evropy, severní Ameriky a střední Evropy. Tyto výsledky jsou téměř srovnatelné s odpověďmi cestovních kanceláří.

Na rozdíl ale od CK, hotely odpověděly, že tito klienti pochází hlavně z Německa, Rakouska a Švédska. Cestovní kanceláře např. vůbec nezmiňovaly německé klienty, které ale po průzkumu v hotelu Adalbert (v zeleném hotelu) patří mezi nejpočetnější klientelu vůbec.

I hotelům byly v dotazníku předloženy již zmíněné výroky (viz předchozí kapitola) s požadáním o výběr jedné z definic reprezentující jejich postoj k dané problematice:

62 % hotelů se přiklonilo k výroku 3. („*hotel nemůže být nikdy zcela zelený*“) a 38 % zastává pozitivní postoj zobrazený ve výroku 1. („*zelený hotel se zásadně podílí na ochraně životního prostředí*“). Zajímavé je, že k výroku o „*green washingu a pokrytectví hotelů*“ se nikdo nevyjádřil, respektive nikdo nestanovil takto svůj postoj k dané problematice.

Důležité je, že téměř 40 % dotazovaných hotelů věří, že hotel se může zásadně podílet na ochraně životního prostředí a že se tudíž dá předpokládat, že v budoucnosti zvolí cestu směrem k zeleným službám. O tom svědčí i stoprocentní zamítnutí výroku o pokrytectví. Na druhou stranu je ale nutné zmínit, že je prokázáno, že hotel nikdy nemůže být zcela zelený a tudíž názor zmíněných 40 % hotelů svědčí o nedostatečné informovanosti nebo naopak o naivních představách o svém provozu. Dá se říci, že označení tohoto pozitivního výroku naopak svědčí o pokrytectví a green washingu ve výroku 3.

4.1.9 Analýza vlivu environmentálního přístupu hotelů na zaměstnance hotelu

Dotazníkové šetření, které mělo za cíl zjistit vliv environmentálního stylu řízení na zaměstnance hotelu, bylo aplikováno v hotelu Radisson BLU Alcron Hotel.

Radisson BLU Alcron Hotel je situován v centru hlavního města Prahy u Václavského náměstí a je součástí hotelového řetězce Rezidor. Hotel nabízí 206 pokojů od standardních pokojů až po prezidentské apartmá. Pro hosty hotelu je k dispozici fitness centrum, sauna, solárium a kosmetické salony. Hotel Radisson je také vhodný pro konference či školení, neboť nabízí několik konferenčních sálů a salonků. V roce 2001 přijal Rezidor tzv. Responsible Business, který aplikují automaticky všechny hotely tohoto hotelového řetězce do svého managementu. Osoba zodpovědná za environmentální politiku hotelu je RB koordinátor. Kromě již zmíněných environmentálních nástrojů

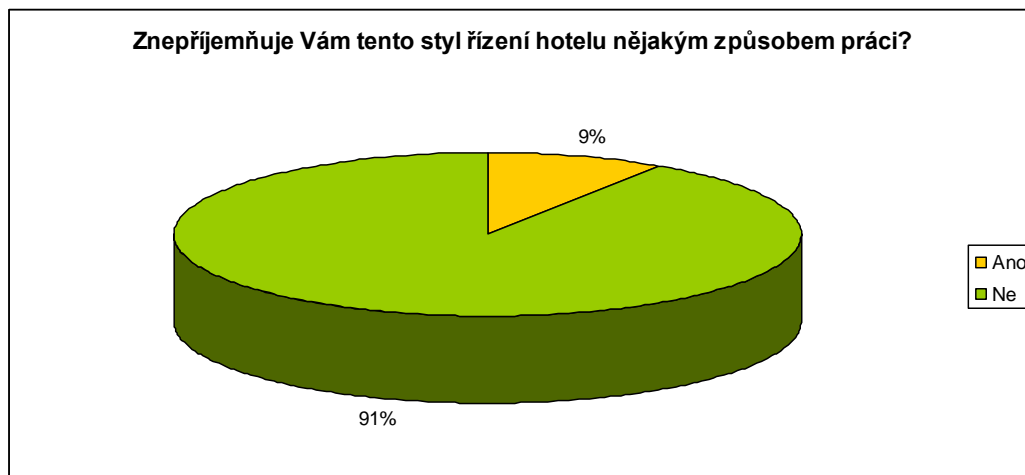
podporuje Rezidor také charitativní činnost. Některé z hotelů řetězce získaly ocenění: The Green Key, Green Tourism, Green Hospitality Award a Nordic Swan.

Zaměstnanci hotelu Radisson BLU Alcron Hotel byli nejprve dotazováni, zda je v jejich hotelu zřízen environmentální management. Responsible Business vedený RB koordinátorem je považován za odpovědnou osobu v rámci environmentální politiky hotelu. 90 % respondentů potvrdilo přítomnost environmentálního managementu v hotelu. Zbylých 10 % zaměstnanců si tedy není vědoma přítomnosti RB koordinátora ve struktuře hotelového managementu a nebo si tyto respondenti nespojují pozici RB koordinátora s environmentální problematikou. Dalším možným vysvětlením je, že RB koordinátor se soustředí pouze na některé úseky hotelu a proto si v jiných úsecích nejsou přítomností environmentálních nástrojů hotelu vědomi.

Zaměstnanci hotelu byli dále dotazováni na školení environmentálních zásad. 100 % dotazovaných respondentů potvrdilo, že toto školení v hotelu Radisson BLU Alcron Hotel probíhá. Tento výsledek velice pozitivně hodnotí práci RB koordinátora, neboť dokazuje, že v hotelu pracují pouze řádně proškolení zaměstnanci v dané problematice. 75 % zaměstnanců odpovědělo, že toto školení probíhá pravidelně. Dá se předpokládat, že zbylých 25 % respondentů pracuje v hotelu prvním rokem, a proto ještě nebyli přeškoleni o zásadách environmentálního přístupu hotelu.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že téměř všichni zaměstnanci jsou dobře informováni o přítomnosti RB koordinátora a environmentálních nástrojů v hotelu. Respondenti byli proto dále dotazováni, zda jim environmentální styl řízení hotelu nějakým způsobem znepříjemňuje jejich práci v hotelu Radisson.

Graf 14.: *Názor zaměstnanců na vliv environmentálního stylu řízení na jejich práci*



zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

Z Grafu 13. je patrné, že 91 % zaměstnancům hotelu Radisson nijak tento styl řízení hotelu práci neznepríjemňuje. Takto vysoké procento kladné odpovědi na environmentální přístup řízení hotelu značí, že zaměstnancům nevádí dodržovat v místě pracoviště environmentální zásady a že hotelový management (konkrétně RB koordinátor) má správně nastavené environmentální cíle a nástroje dané politiky. Zbýlých 9 % zaměstnanců se mohlo vyjádřit (otevřená otázka) ke svému negativnímu pohledu na vliv environmentálního řízení hotelu na jejich práci. Mezi odpovědi těchto zaměstnanců patřilo, že „Responsible business“ hotelu je pokrytectví. Někteří další zaměstnanci shledávají školení jako ztrátu času. Zde je tedy důležitá životní filosofie zaměstnanců. Respondenti, kteří shledávají „zelený“ hotel za pokrytectví, pravděpodobně nepovažují hotelové služby za dostatečně zelené a nebo přiznávají fakt, že zelený provoz hotelu má i tak zásadní dopad na životní prostředí. Naopak se dá říci, že zaměstnanci, kteří považují školení za ztrátu svého času, nesdílejí filosofii o zeleném hoteliérství a ochraně životního prostředí.

Ukazuje se tedy, že zaměstnanci mohou mít rozlišný názor na ochranu životního prostředí a environmentální zásady. Součástí dotazníkového šetření proto byla i otázka, zda dodržují environmentální přístup obecně i mimo své pracoviště.

Graf 15.: *Dodržování zásad ekologicky šetrného přístupu zaměstnanců mimo pracoviště*



zdroj: vlastní zpracování na základě vlastního dotazníkového šetření

Z Grafu 14. je patrné, že 95 % zaměstnanců hotelu s environmentálním stylem řízení dodržuje tyto zásady i mimo své pracoviště. Zajímavé je, že tento počet zaměstnanců nekorresponduje s Grafem 13., což značí, že i ti zaměstnanci, kteří jsou environmentálním stylem řízení hotelu negativně ovlivněni ve své práci, dodržují environmentální zásady mimo pracoviště. Z této části výzkumu se dá konstatovat, že environmentální politika hotelu má kladný vliv na životní filosofii (týkající se ochrany životního prostředí) svých zaměstnanců. Responsible Business hotelu Radisson BLU pravděpodobně ukazuje zaměstnancům, že dodržování environmentálních zásad není nijak náročné nebo nákladné a dodržovat je tak může každý.

Zaměstnancům hotelu Radisson BLU Alcron Hotel byly rovněž předloženy zmíněné výroky (viz kapitola 4.1.7) s vyzváním k výběru jedné z definic reprezentujících jejich postoj k zelenému hoteliérství. 70 % zaměstnanců se přiklání k výroku 3. („*hotel nemůže být nikdy zcela zelený*“) a zbylých 30 % sdílí pozitivní názor 1. na zelené hotely („*zelený hotel se zásadně podílí na ochraně životního prostředí*“). Tento výsledek se téměř shoduje s výstupem z dotazníků pro hotely (viz předchozí kapitola), což znamená, že hotelový management (který byl cílovou skupinou pro předchozí dotazník) a zaměstnanci mají přibližně stejný názor na danou problematiku.

5 Závěr

Hotely mají v současné době několik možností, jak se mohou podílet na ochraně životního prostředí. Pro zelené podniky, které preferují pro svou environmentální činnost inspiraci, jsou k dispozici certifikace a ekoznačení. Ekolabeling jim kromě toho zaručuje i výhodu v odlišení se od konkurenčních firem. V České republice je poskytována pro ubytovací služby např. certifikace „Ekologicky šetrná služba“ a Ekoznačka EU známá také pod názvem „The Flower“. Obě tyto certifikace poskytuje Česká informační agentura životního prostředí pod záštitou Ministerstva životního prostředí.

Systém ekolabelingu Ekoznačky EU byl založen v roce 1992. První revize systému ekoznačení byla stanovena rozhodnutím Komise EU v roce 2003. Na základě dalších zkušeností získaných v průběhu provádění tohoto nařízení se ukázalo, že je nutné systém Ekoznačky EU znovu upravit. Další revize systému a technické směrnice pro zelené ubytovací služby byla stanovena v roce 2009 s platností od 30. ledna 2010. Všechna certifikovaná ubytovací zařízení se musela do devíti měsíců (od data platnosti) přizpůsobit novým kritériím. Toto stanovení o Ekoznačce EU automaticky přebírá Ministerstvo životního prostředí i pro českou Ekologicky šetrnou službu.

Hlavním cílem EU, v rámci revize technické směrnice pro zelené ubytovací služby, bylo zvýšení účinnosti systému a zjednodušení jeho fungování. Zvýšení účinnosti bylo provedeno na základě zpřísnění kritérií, které se týkají především povinných požadavků, kde se vyskytují změny až o 100 % ve srovnání s původními požadavky. Volitelná kritéria naopak reprezentují požadované zjednodušení systému, neboť jsou více přizpůsobena službám a možnostem hotelu.

Revize systému a zpřísněná kritéria znamenají pro hotely vyšší investiční náklady. Dá se tedy předpokládat, že pro hotely nebylo možné investovat do nových opatření a nebo nevěřily v návratnost těchto investic. Tvrzení o nenávratnosti investic bylo ovšem analýzou cen a nákladů v této práci vyvráceno. Investiční náklady se maximálně do pěti let vrátí, neboť provoz nových opatření a nástrojů vykazuje mnohonásobně menší náklady.

Po zpřísnění požadavků k získání certifikace zůstaly v České republice 4 zelené hotely. Znamená to, že pro 3 české hotely nebylo únosné vyhovět novým kritériím. Důvodem byly pravděpodobně obavy ze zmíněné finanční náročnosti nových požadavků nebo naopak obavy o komfort zákazníka. Pokles počtu zelených ubytovacích zařízení zaznamenala kromě České republiky také Velká Británie, Holandsko, Řecko a Rakousko.

Některé země Evropské unie zaznamenaly naopak nárůst počtu certifikací Ekoznačky EU. Revize systému Ekoznačky EU hotely těchto zemí pravděpodobně příliš neovlivnila, což může znamenat, že zpřísněná kritéria již ubytovací zařízení rovnou splňovala a nebo nebylo obtížné se jim přizpůsobit. Co se týče celkového počtu certifikací Ekoznačky EU v rámci celé Evropské unie, nejvíce zelených hotelů má Itálie (233), Francie (79), Irsko (20), Rakousko (14), Španělsko (10), Řecko (7) a Dánsko (6).

Mezi české hotely, kterým se podařilo přizpůsobit novým kritériím technické směrnice pro zelené ubytovací služby, patří hotel Adalbert. Hotel Adalbert měl s novými požadavky certifikace obavu především ze snížení průtoku vody v kohoutcích, neboť pro hotel je i přes jeho zelený provoz stále hlavním cílem komfort zákazníka. Vzhledem ke speciálním sprchovým hlavicím ale host změnu nezaregistroval. Obsazenost hotelu Adalbert má v posledním čtvrtletí roku 2010 (po aplikaci opatření dle nové směrnice) pozitivní vývoj. Mezi zahraniční turisty přijíždějící do tohoto hotelu patří především Němci a Slovinci, proto se dá předpokládat, že zpřísnění kritérií Ekoznačky EU význam na obsazenost nemá – neboť v Německu a Slovensku zelené hotely této ekoznačky zatím nejsou certifikovány. Dá se tedy předpokládat nedostatečná informovanost v daných zemích. Co se ale týče českých klientů, zde by mohla být obsazenost ovlivnitelná Ekoznačkou EU. Vzhledem k tomu, že tento systém ekoznačení zastřešuje Ministerstvo životního prostředí, zaručuje hotelům přednostní využívání jejich služeb v rámci „vládních zakázek“. Z pohledu celkového vývoje obsazenosti v hotelu Adalbert (2003-2010) byla zaznamenána nepatrně vyšší obsazenost v roce, kdy hotel získal certifikaci. V roce 2008 a 2009 byl zaznamenán značný pokles v obsazenosti, což vysvětluje u hotelů i jiných podniků světová ekonomická krize a celkově nižší počet příjezdů do České republiky.

Pro zjištění celkové úspěšnosti a vývoj zelených hotelů v současné době je důležitá hodnota RevPAR, která se vypočítá jako příjem za ubytování hostů dělený obsazeností hotelu. RevPar hotelu Adalbert vykazuje nejvyšší hodnoty okolo roku 2006 a 2007. Je tedy možné předpokládat určitou spojitost a vliv získané prestiže hotelu na celkový výdělek za ubytování hostů. Od roku 2008 až do roku 2010 se naopak objevuje vůbec nejnižší hodnota RevPar za celou dobu provozu hotelu Adalbert. Je tedy zřejmé, že obsazenost hotelu (zvýšená v roce 2010) neznačí vyšší příjem pro hotel, ale odráží sníženou cenu za ubytování na minimum.

Analýza v hotelu Adalbert sice poukazuje na mírně zvýšenou obsazenost se získáním ekolabelingu, ale certifikované zelené hotely v České republice jsou v současné době pouze 4. Z tohoto důvodu bylo nutné prověřit, jak hotely přistupují k environmentálnímu managementu a zda např. dodržují některá z kritérií zelených hotelových služeb pouze na základě vlastní filozofie řízení, čili bez získání certifikace.

Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že hotely berou v potaz ochranu životního prostředí, ale stále tuto problematiku nepreferují natolik, aby ji dali do rukou specialistovi (RB koordinátor či environmentální management). Statistický test potvrzuje, že podíl hotelů, které mají ve své struktuře zahrnutý environmentální management, je stejný u hotelů s kapacitou 0 – 149 jako u hotelů s kapacitou nad 150.

Hotely sice přijímají určité nástroje environmentálního přístupu, ale nemají zájem o certifikaci. Management nevidí v environmentálním přístupu konkurenční výhodu, neboť klienti jsou orientováni při výběru hotelu na cenu a hotely se navíc obávají vysokých nákladů na zelený hotel (tyto obavy byly v diplomové práci vyvráceny). Přes 80 % hotelů zaměřuje svou propagaci stále na cenu a úroveň služeb. Ty hotely, které environmentální přístup zmiňují, potvrdily zájem hlavně ze strany korporátních partnerů. Nyní je možné zhodnotit, že environmentální styl řízení hotelu nemá vliv na obsazenost hotelu, protože hotely jej dosud k získávání klientů příliš nepoužívají.

Co se týče samotných zaměstnanců zeleného hotelu, 95 % těchto zaměstnanců dodržuje zásady ochrany přírody i mimo své pracoviště. Z této části výzkumu se dá konstatovat, že environmentální politika hotelu má kladný vliv na životní filosofii (týkající se ochrany životního prostředí) svých zaměstnanců. Dodržování environmentálních zásad není nijak náročné nebo nákladné a dodržovat je tak může každý.

Konečná rezervace ubytování v hotelu probíhá většinou přes služby cestovní kanceláře. Cestovní kanceláře potvrdily, že současná klientela využívající služeb CK nezohledňuje zelené hotely, čili neuskutečňuje více rezervací v daných hotelech než v ostatních. Cestovní kanceláře proto nemají vliv na obsazenost zeleného hotelu.

Na základě provedení statistického Fisherova testu bylo zjištěno, že podíl cestovních kanceláří, které nezohledňují zelené hotely ve svém portfoliu je stejný u outgoingových i incomingových kanceláří, což může znamenat všeobecný nezájem klientů (zahraničních i českých).

Pro cestovní kanceláře v současné době není pravděpodobně příliš důležité zmiňovat informace o environmentálním přístupu hotelů na svých webových stránkách, protože se shodují, že hlavním rozhodovacím kritériem klienta při rezervaci pobytu je stále cena.

Další provedení Fisherova testu identifikovalo, že podíl cestovních kanceláří, které zohledňují zelené hotely je stejný u kanceláří s velikostí portfolia 0 – 69 hotelů jako u CK s portfoliem 70 a více hotelů.

Zelená ubytovací zařízení provozují svou činnost s ohledem na životní prostředí, ale i tak zůstává hlavním cílem hotelu komfort klienta. Ukazuje se, že environmentální přístup nemá vliv na konečnou obsazenost hotelu, ale předpokládá se, že zelených klientů bude stále více. Hotely již používají některá z environmentálních opatření, ale zatím nevidí výhody v získání certifikace nebo alespoň vlastní propagace těchto nástrojů pro získání klientů. Cestovní kanceláře jsou v dané problematice informovány, ale potvrzují, že klienti cestovního ruchu jsou stále orientováni na cenu nebo lokalitu hotelu.

Šance zeleného hotelnictví v České republice je nyní podmíněna přehodnocením rozhodovacích kritérií klienta pro pobyt v hotelu a dostatečnou informovaností společnosti v dané problematice. Stále spousta hostů nezná pojem „zelený hotel“.

6 Seznam tabulek

- Tabulka 1.: Porovnání povinných původních kritérií k získání Ekoznačky EU s novými (str. 65)
- Tabulka 2.: Porovnání volitelných původních kritérií k získání Ekoznačky EU s novými (str. 66)
- Tabulka 3.: Porovnání kritérií k získání Ekoznačky EU v původní a nové technické směrnici (str. 67)
- Tabulka 4.: Porovnání ceny a životnosti žárovek (str. 73)
- Tabulka 5.: Porovnání nákladů na pořízení a provoz žárovek (str. 73)
- Tabulka 6.: Porovnání celkových nákladů (str. 73)
- Tabulka 7.: Porovnání odebrání elektrické energie z obnovitelných zdrojů (str. 74)
- Tabulka 8.: Asociační tabulka s malými četnostmi (str. 86)
- Tabulka 9.: Pomocné tabulky pro Fisherův kombinatorický test (str. 86)
- Tabulka 10.: Výpočty pravděpodobnosti pro Fisherův kombinatorický test (str. 86)
- Tabulka 11.: Asociační tabulka s malými četnostmi (str. 91)
- Tabulka 12.: Pomocné tabulky pro Fisherův kombinatorický test (str. 91)
- Tabulka 13.: Výpočty pravděpodobnosti pro Fisherův kombinatorický test (str. 91)
- Tabulka 14.: Asociační tabulka s malými četnostmi (str. 92)
- Tabulka 15.: Pomocné tabulky pro Fisherův kombinatorický test (str. 93)
- Tabulka 16.: Výpočty pravděpodobnosti pro Fisherův kombinatorický test (str. 93)

7 Seznam Grafů

- Graf 1.: Porovnání počtu zelených hotelů v Evropské Unii před a po revizi systému certifikace (str. 71)
- Graf 2.: Porovnání obsazenosti hotelu Adalbert v posledním čtvrtletí roku 2007 a 2010 (str. 79)
- Graf 3.: Poměr zahraničních a tuzemských klientů v hotelu Adalbert ve 4 kvartálu roku 2007 a 2010 (str. 81)
- Graf 4.: Vývoj obsazenosti hotelu Adalbert v letech 2003 – 2010 (str. 82)
- Graf 5.: Předpokládaný vývoj obsazenosti hotelu Adalbert do roku 2012 (str. 83)
- Graf 6.: Vývoj hodnoty RevPar v hotelu Adalbert (str. 84)
- Graf 7.: Vývoj hodnoty RevPar v hotelu Adalbert do roku 2012 (str. 85)
- Graf 8.: Klienti zohledňující zelené hotely (str. 87)
- Graf 9.: Informovanost cestovních kanceláří o ecolabelingu v ČR (str. 88)
- Graf 10.: Zodpovědná osoba za environmentální cíle hotelu v případě neexistence environmentálního managementu (str. 94)
- Graf 11.: Školení v oblasti environmentálně zodpovědného přístupu (str. 95)
- Graf 12.: Certifikace a environmentální styl řízení jako konkurenční výhoda hotelu (str. 96)
- Graf 13.: Zohlednění environmentálního stylu řízení hotelu při získávání klientů (str. 98)
- Graf 14.: Názor zaměstnanců na vliv environmentálního stylu řízení na jejich práci (str. 100)
- Graf 15.: Dodržování zásad ekologicky šetrného přístupu zaměstnanců mimo pracoviště (str. 101)

8 Seznam použitých zdrojů

Diplomová práce navazuje na analýzy získané v bakalářské práci:

Martínková, J., *Zelené hoteliérství v České republice*; obhájené v roce 2009 (Česká zemědělská univerzita v Praze).

- [1] Mezřický, V., *Environmentální politika a udržitelný rozvoj*; 1. vydání – Praha: Portál, 2005, ISBN 80-7367-003-8
- [2] Moldan, B., *Ekologická dimenze udržitelného rozvoje*; 1. vydání - Praha : Karolinum, 2001, ISBN 80-246-0246-6
- [3] MATUŠEK, Pavel; Počet lidí na planetě v roce 2050; *Seaplanet*; 2009, online (8.6.2010): <http://www.seaplanet.eu/index.php/cs/souvislosti/18-souvislosti/178-poet-lidi-na-planet-v-roce-2050>
- [4] Česká informační agentura životního prostředí, *Internetové stránky agentury Cenia*, online (10.6.2010):
[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFGSJIYY](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFGSJIYY)
- [5] Welford, R. a Gouldson, A., *Environmentální řízení & strategie podnikání*, České vydání CEMC 1997, ISBN 80-85990-07-5
- [6] Kubínová, Z. a Šantora, Z., *Systém environmentálního managementu a auditů (EMAS) v malých a středních podnicích*, Ministerstvo životního prostředí 1998, ISBN 80-7212-037-9
- [7] ZELENKA, Josef. *Ekologie a environmentalistika*. Hradec Králové : Gaudeamus, 2007. 370 s. ISBN 978-80-7041-645-7
- [8] Česká informační agentura životního prostředí, *Internetové stránky agentury Cenia*, online (18. 6. 2010):
[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFZS9TOS](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFZS9TOS)
- [9] Odborný blog z oblasti managementu, systémů řízení, certifikace, bezpečnosti a životního prostředí, *Internetové informační stránky o mezinárodních normách ISO*, online (13.2.2011): http://www.info-iso.cz/iso_14001_informace/
- [10] Certifikační společnost NICEIC Group Ltd., *Informační server v oblasti hodnocení a certifikace*, online (11.6.2010):
<http://www.nqa.com/cz/atozservices/article.asp?SECTION=151&ARTICLE=139>

- [11] České a slovenské odborné nakladatelství, *Internetové stránky odborného časopisu pro gastronomii a hotelnictví Food service*, online (25.10.2008):
<http://www.foodservice.cz/hotelnictvi/zelene-hotelierstvi.htm>
- [12] Textilní zkušební ústav, *Internetové stránky současného leadera zkušebnictví a certifikace v oboru*, online (1.12.2010): <http://www.tzu.cz/index.php?adr=39>
- [13] Czech Tourism: *Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku*, Oficiální webové stránky Czech Tourism, 2010, online (14.2.2011):
<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
- [14] Český statistický úřad hl. města Prahy, *Internetové oficiální stránky ČSÚ*, dokument pdf. *Základní pojmy a definice*, online (15.6.2010):
www.praha.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/22003A4870/.../921108m.pdf
- [15] SYSEL, Jiří. *Cestovní kancelář, cestovní agentura a informační středisko v cestovním ruchu*. 1. Praha : Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s.r.o., 2008. 40 s. ISBN 978-80-86578-75-0.
- [16] Ministerstvo pro místní rozvoj, *Internetové stránky Ministerstva pro místní rozvoj v ČR*, online (3.10.2008): <http://www.mmr.cz/2-udrzitelny-rozvoj-cestovniho-ruchu>
- [17] Česká informační agentura životního prostředí, *Internetové stránky agentury Cenia*, online (16. 2. 2011):
[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHV0HSB](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHV0HSB)
- [18] Ministerstvo pro místní rozvoj, *Internetové stránky Ministerstva pro místní rozvoj v ČR*, online (15.6.2010):
<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na->; dokument pdf.: *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 - 2013*
- [19] Oficiální portál pro podnikání a export; *Internetové stránky spravované agenturou CzechTrade pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu*; online (16.6.2010):
<http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/strategie-udrzitelneho-rozvoje-cr/1000986/>
- [20] European Destinations of Excellence, *Internetové oficiální stránky EDEN Czech Tourism*, dokument pdf. *czech_code_of_ethics*, online (15.2.2011):
<http://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>

- [21] Horner, S. a Swarbrooke, J., *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Aplikovaný marketing služeb*; Grada Publishing 2003, ISBN 80-247-0202-9
- [22] Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR, *Rezervační portál Hotely.cz*; 2011, online (19.2.2011): <http://www.hotely.cz/oficialni-klasifikace/>
- [23] Metodika klasifikace; *Hotelstars, Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení*; 2010, online (19.2.2011): <http://www.hotelstars.cz/metodika-klasifikace/>
- [24] KOSMÁK, Petr; Aktuální stav hotelového podnikání; *Informační server cestovního ruchu ČR*; online (15.6.2010): <http://cestovni-ruch.cz/hoteliери/kosmak/aktualni.php>
- [25] Frindtová, E. a Ben Ahmed, G. *Časopis pro profesionály v cestovním ruchu, C.O.T. media s.r.o., COT business*, ISSN 1212-4281 (vydání: březen 2007)
- [26] Cestovní ruch, udržitelný rozvoj a životní prostředí; *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu*; dokument pdf. GetFile14; 2010; online (19.2.2011): www.mmr.cz/CMSPages
- [27] Hotelový řetězec Rezidor, *Webové stránky hotelové skupiny Rezidor*; podkapitola Responsible Business; 2011; online (28.1.2011): <http://www.responsiblebusiness.rezidor.com/>
- [28] Empress platforma, jak ušetřit; *Ekolabeling jako environmentální značení*; 2010; online (26.2.2011): http://platforma.usv-partner.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=7
- [29] Česká informační agentura životního prostředí, *Internetové stránky agentury Cenia*, online (14.12.2010): [http://www.ekoznacka.cz/_C12571B20041E945.nsf/\\$pid/MZPMSFHNSY0V#mezin_arnispoluprace](http://www.ekoznacka.cz/_C12571B20041E945.nsf/$pid/MZPMSFHNSY0V#mezin_arnispoluprace)
- [30] Green Globe, *Oficiální mezinárodní webové stránky certifikace Green Globe*; 2010; online (26.2.2011): <http://www.greenglobe.com/standard.html>
- [31] Green Hospitality Award, *Oficiální mezinárodní webové stránky certifikace Green Hospitality Award*; 2011; online (27.2.2011): <http://www.ghaward.ie/index.php?id=40>
- [32] Miljödiplomering, *Oficiální webové stránky certifikace Miljödiplomering*; 2011; online (27.2.2011): <http://www.miljodiplomering.com/bakgrund2.html>
- [33] Miljøfyrtårn, *Oficiální webové stránky certifikace Miljøfyrtårn*; 2010; online (26.2.2011): <http://www.miljofyrtarn.no/index.php/forkonsulenter>

- [34] Nordic Swan, *Oficiální webové stránky certifikace Nordic ecolabel*; 2011; online (28.2.2011): <http://www.svanen.se/en/Nordic-Ecolabel/>
- [35] Österreichische Umweltzeichen, *Oficiální webové stránky certifikace Österreichische Umweltzeichen*; 2009; online (20.1.2011):
<http://www.umweltzeichen.at/cms/home/tourismus/content.html>
- [36] The Green Key, *Oficiální mezinárodní webové stránky certifikace The Green Key*; 2011; online (23.1.2011): <http://www.green-key.org/>
- [37] The Green Tourism Business Scheme, *Oficiální webové stránky certifikace The Green Tourism Business Scheme*; 2011; online (26.1.2011):
<http://www.green-business.co.uk/index.asp>
- [38] Der Blaue Engel, *Oficiální webové stránky certifikace The Blue Angel*; 2011; online (28.1.2011):
http://www.blauer-engel.de/en/blauer_engel/index.php
- [39] Rozhodnutí komise ze dne 14. dubna 2003, kterým se stanovují kritéria pro udělování ekoznačky Společenství ubytovacím službám pro turisty, *Úřední věstník EU*, dokument pdf. osobně poskytnutý od agentury Cenia
- [40] Rozhodnutí komise ze dne 25. listopadu 2009, kterým se stanovují kritéria pro udělování ekoznačky Společenství ubytovacím službám pro turisty, *Úřední věstník EU*, dokument pdf. osobně poskytnutý od agentury Cenia, popř. ke stažení na webových stránkách agentury, online (25.2.2011):
[http://www.cenia.cz/_C12571B20041E945.nsf/\\$pid/MZPMSFHMV9DV#seznam](http://www.cenia.cz/_C12571B20041E945.nsf/$pid/MZPMSFHMV9DV#seznam)
- [41] Eurohotelservis – hotelová kosmetika a doplňky, *Internetové stránky a e-shop firmy Eurotrend*, online (11.2.2011): <http://www.eurotrend-prochazka.cz/davkovace-mydla/doplnovaci-davkovac-170-ml.html>
- [42] Sprcha NET, *E-shop firmy Sprcha NET; sekce Perlátory*, online (12.2.2011):
http://www.sprcha.net/Usporny_Program/Perlatory
- [43] Stavebnictví, úspora energií, technická zařízení budov, *Internetový portál TZB-info Topinfo s.r.o.*, online (11.2.2011): <http://www.tzb-info.cz/816-problematika-presneho-stanoveni-mnozstvi-teple-uzitkove-vody>
- [44] Nanoenergies, *Internetové stránky firmy Nano Energies Trade s.r.o.*, online (13.2.2011): <http://www.nano-energies.cz/firmy/kalkulacka>

- [45] Žárovky Ecoled, *Internetové stránky firmy Ecoled Original s.r.o.*, online (14.2.2011):
<http://www.ecoled.cz/led-zarovky/patice-e27-klasicky-zavit/>
- [46] Žárovky a svítilny OSRAM a Sirius, *Internetový portál firmy Arnos s.r.o.*, online (8.1.2011):
http://zarovky.inshop.cz/osramzarovky/klasicke/OSRAM_zarovka_cira_E27.html

9 Přílohy

9.1 Obsazenost hotelu Adalbert dle národností hostů

2007	
Země	Počet
Arménie	2
Austrálie	19
Belgie	30
Bělorusko	7
Bolívie	1
Brazílie	2
Bulharsko	8
Česká republika	738
Čína	14
Dánsko	121
Estonsko	3
Finsko	13
Francie	95
Granada	1
Gruzie	1
Chorvatsko	9
Indie	8
Indonesie	1
Irsko	18
Itálie	69
Izrael	1
Japonsko	12
JAR	1
Jugoslávie	3
Kanada	21
Kolumbie	1
Korea	2
Kypr	2
Litva	10
Lotyšsko	1
Maďarsko	60
Malajsie	4
Maroko	3
Moldávie	22
Mongolsko	1
Německo	422
Nizozemí	53
Norsko	2

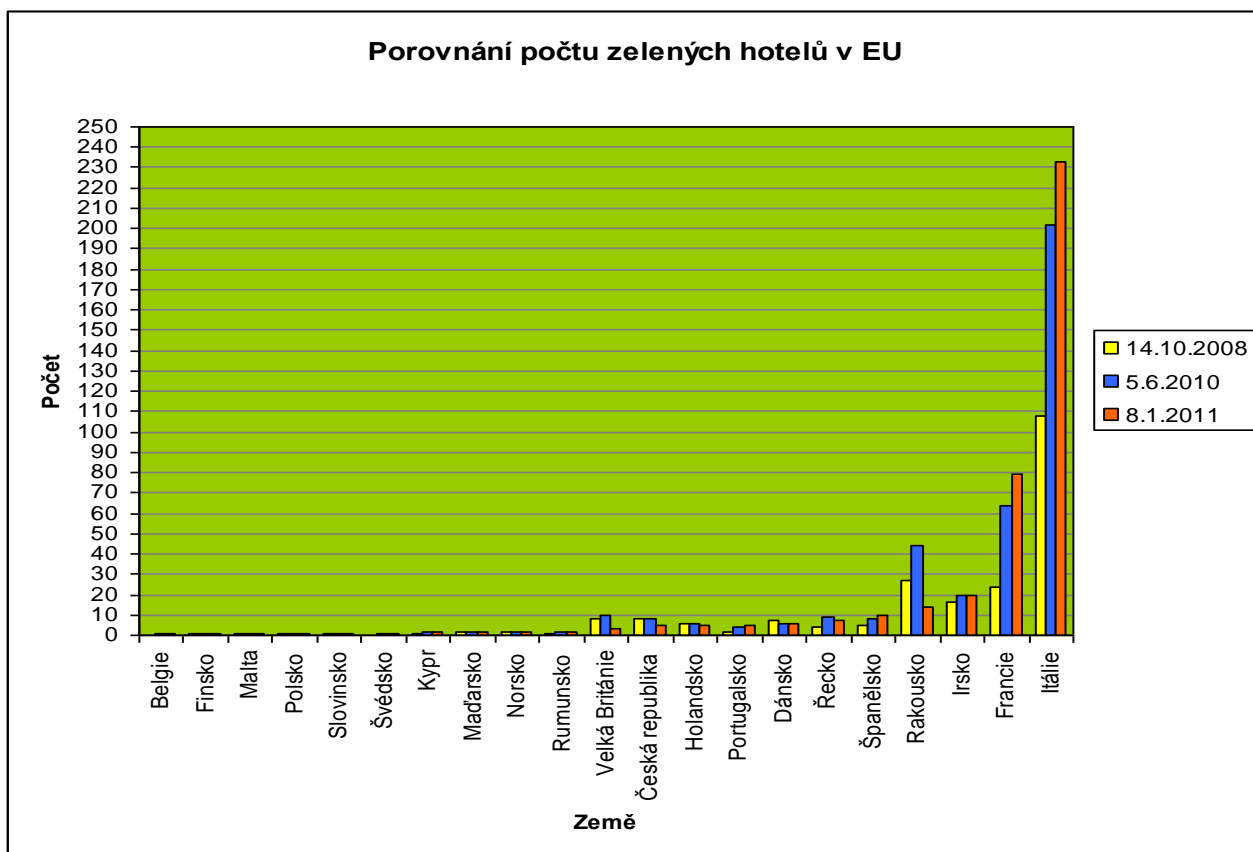
2010	
Země	Počet
Argentina	1
Austrálie	26
Belgie	28
Bělorusko	4
Bolívie	0
Brazílie	3
Bulharsko	2
Česká republika	997
Čína	0
Dánsko	50
Estonsko	1
Finsko	5
Francie	54
Egypt	1
Chile	1
Chorvatsko	5
Indie	1
Indonesie	0
Irsko	16
Itálie	27
Irán	4
Japonsko	6
Izrael	1
Jordánsko	2
Kanada	14
Kolumbie	1
Korea	0
Kypr	0
Litva	0
Lotyšsko	2
Maďarsko	36
Mexico	2
Maroko	0
Makedonie	3
Lucembursko	3
Německo	450
Nizozemí	29
Norsko	4

Nový Zeland	2
Polsko	141
Portugalsko	7
Rakousko	92
Rumunsko	10
Rusko	58
Řecko	8
Saudská Arábie	3
Slovensko	264
Slovinsko	9
Srbsko	2
Sudan	1
Španělsko	14
Švédsko	49
Švýcarsko	48
Tajwan	2
Tunis	1
Turecko	6
Ukrajina	11
Uruguay	3
USA	135
Velká Británie	184
Vietnam	2
Celkem	2833
cizinci	2095

Nový Zeland	3
Polsko	93
Portugalsko	1
Rakousko	35
Rumunsko	6
Rusko	21
Řecko	3
Kosovo	1
Slovensko	285
Slovinsko	8
Srbsko	5
Sri Lanka	1
Španělsko	10
Švédsko	13
Švýcarsko	24
Tajwan	0
Thajsko	2
Turecko	8
Ukrajina	0
Uruguay	0
USA	142
Velká Británie	79
Vietnam	0
Celkem	2519
cizinci	1522

Zdroj: vlastní zpracování dat získaných z hotelu Adalbert, rezervační systém Hores

9.2 Porovnání počtu zelených hotelů v Evropě v roce 2008, v době před revizí a po revizi technických směrnic



Zdroj: vlastní zpracování z dat poskytnutých Českou informační agenturou životního prostředí

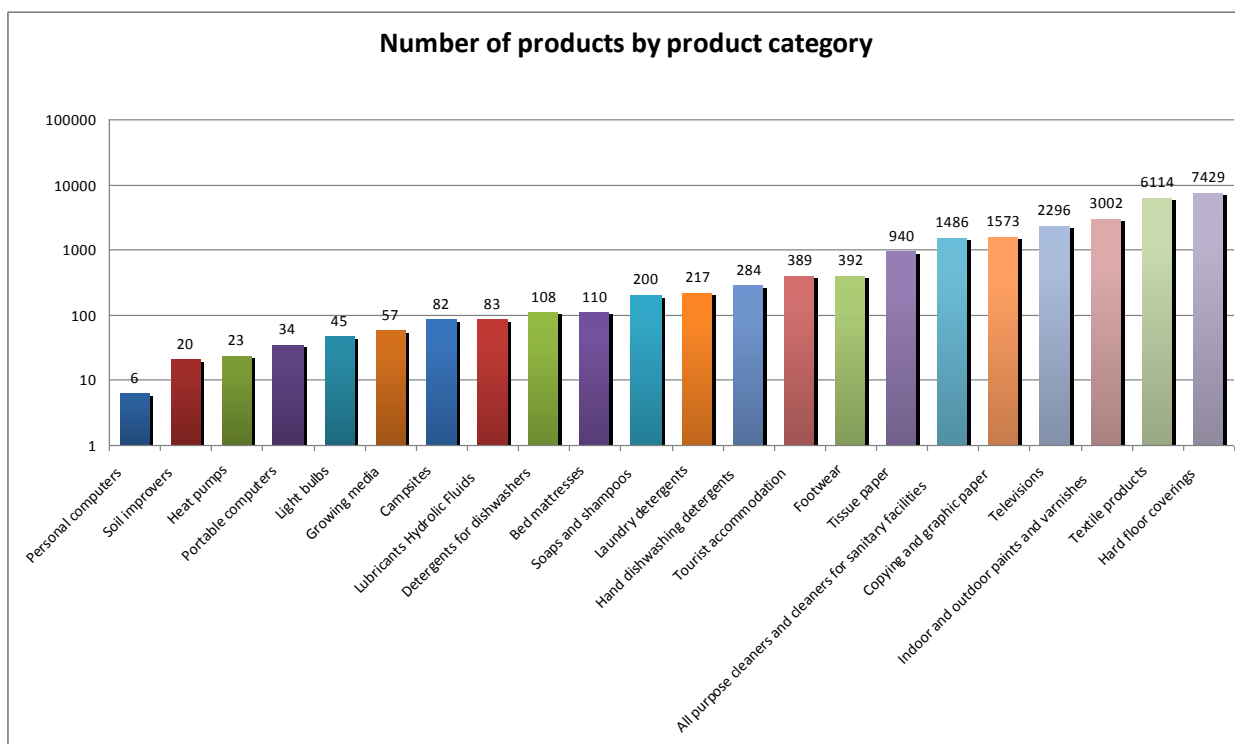
9.3 Porovnání obsazenosti v hotelu Adalbert v posledních čtvrtletí před a po revizi systému

Obsazenost hotelu Adalbert dle národnosti poslední čtvrtletí roku 2007					Obsazenost hotelu Adalbert dle národnosti poslední čtvrtletí roku 2010				
Měsíc	10.	11.	12.	Celkem:	Měsíc	10.	11.	12.	Celkem:
Země					Země				
Arménie	0	0	0	0	Arménie	0	0	0	0
Austrálie	1	0	0	1	Austrálie	0	0	0	0
Belgie	4	1	4	9	Belgie	2	7	0	9
Bělorusko	0	6	0	6	Bělorusko	0	0	0	0
Bolívie	0	0	1	1	Bolívie	0	0	0	0
Brazílie	0	0	1	1	Brazílie	2	0	1	3
Bulharsko	2	0	0	2	Bulharsko	0	0	0	0
Česká republika	70	91	87	248	Česká republika	96	88	152	336
Čína	1	4	1	6	Dánsko	6	2	5	13
Dánsko	19	10	0	29	Estonsko	0	0	0	0
Estonsko	0	0	0	0	Finsko	2	0	0	2
Finsko	0	0	0	0	Francie	3	1	1	5
Francie	12	0	10	22	Chorvatsko	4	0	0	4
Granada	0	0	0	0	Indie	0	0	0	0
Gruzie	0	0	0	0	Indonésie	0	0	0	0
Chorvatsko	3	1	0	4	Irsko	5	0	1	6
Indie	1	0	1	2	Itálie	0	4	0	4
Indonésie	0	0	0	0	Izrael	0	0	0	0
Irsko	0	0	0	0	Japonsko	0	0	1	1
Itálie	4	9	9	22	JAR	0	0	0	0
Izrael	0	0	0	0	Jugoslávie	0	0	0	0
Japonsko	1	5	1	7	Kanada	0	0	0	0
JAR	0	0	0	0	Kolumbie	0	0	0	0
Jugoslávie	0	0	0	0	Korea	0	0	0	0
Kanada	1	1	0	2	Kypr	0	0	0	0
Kolumbie	0	0	0	0	Litva	0	0	0	0
Korea	0	0	1	1	Lotyšsko	0	0	0	0
Kypr	1	0	0	1	Maďarsko	10	3	3	16
Litva	2	0	0	2	Malajsie	0	0	0	0
Lotyšsko	0	0	0	0	Maroko	0	0	0	0
Maďarsko	6	7	0	13	Moldávie	0	0	0	0
Malajsie	0	0	0	0	Mongolsko	0	0	0	0
Maroko	0	0	0	0	Německo	13	4	6	23
Moldávie	0	0	0	0	Nizozemí	8	6	2	16
Mongolsko	1	0	0	1	Norsko	0	0	0	0
Německo	32	25	28	85	Nový Zeland	0	0	0	0
Nizozemí	5	3	2	10	Ostatní	0	2	0	2
Norsko	0	0	0	0	Ostatní Asie	1	0	1	2
Nový Zeland	0	0	0	0	Ostatní Evropa	57	27	49	133

Polsko	22	12	4	38	Polsko	8	5	6	19
Portugalsko	2	0	0	2	Portugalsko	1	0	0	1
Rakousko	4	2	4	10	Rakousko	4	2	7	13
Rumunsko	5	0	0	5	Rumunsko	1	1	0	2
Rusko	1	0	35	36	Rusko	1	3	1	5
Řecko	0	0	0	0	Řecko	3	0	0	3
Saudská Arábie	0	3	0	3	Saudská Arábie	0	0	0	0
Slovensko	35	17	40	92	Slovensko	26	55	38	119
Slovinsko	0	0	2	2	Slovinsko	2	0	4	6
Srbsko	1	0	0	1	Srbsko	0	0	0	0
Sudan	0	0	1	1	Sudan	0	0	0	0
Španělsko	1	1	2	4	Španělsko	1	0	0	1
Švédsko	7	2	3	12	Švédsko	0	0	0	0
Švýcarsko	0	4	3	7	Švýcarsko	5	3	2	10
Tajwan	1	0	0	1	Tajwan	0	0	0	0
Tunis	0	0	0	0	Tunis	0	0	0	0
Turecko	0	0	0	0	Turecko	0	0	0	0
Ukrajina	0	2	2	4	Ukrajina	0	0	0	0
Urugay	0	0	0	0	Urugay	0	0	0	0
USA	11	16	0	27	USA	32	3	5	40
Velká Británie	9	8	5	22	Velká Británie	10	9	6	25
Vietnam	0	0	0	0	Vietnam	0	0	0	0
Celkem	742			Celkem	819				

Zdroj: vlastní zpracování dat poskytnutých z hotelu Adalbert, rezervační systém Hores

9.4 Přehled počtů certifikovaných výrobků a služeb dle databáze CENIA (2010)



Zdroj: Česká informační agentura životního prostředí

9.5 Dotazník určený pro CK

Dotazník na téma zodpovědného přístupu hotelů k životnímu prostředí

Určen pro:

Cestovní kanceláře

Název cestovní kanceláře:.....

S kolika hotely spolupracuje Vaše CK:

- 0 - 29
- 30 - 69
- 69 - více

1. Slyšeli jste někdy o tzv. zelených hotelech či o environmentálně zodpovědném přístupu hotelů?

- ano
- ne

2. Patří mezi Vaše obchodní partnery hotely, které mají ISO 14001, certifikaci „The Flower“, označení Ekologicky šetrná služba či jiné ocenění značící ekologicky šetrnější provoz?

- Ano
- Ne
- Nevím

Pokud ano, kolik takových hotelů ve Vašem portfoliu je?

- 1 - 9
- 10 - 15
- 16 - více

3. Zohledňuje Vaše CK tyto hotely s šetrnějším přístupem k životnímu prostředí?

- Ano
- Ne

Máte například na webových stránkách Vaší CK zvláštní skupinu pro tyto hotely (tak aby byl tento rozdíl viditelný pro klienty)?

- Ano
- Ne

Pokud ne, uvádíte pak přímo u hotelu informaci o šetrnějším přístupu k životnímu prostředí?

- Ano
- Ne

4. Zohledňují klienti tyto hotely (tzn. rezervují si pobyt v těchto „zelených“ hotelech více než v ostatních)?

- Ano
- Ne

Rozhodněte, jaké % klientů se o hotely s ekologicky šetrnějším provozem zajímá (ať už formou dotazu, či samotné rezervace):

- 0 - 2 %
- 3 - 10 %
- 11 - více %

5. Zhodnoťte, z jaké destinace nejčastěji pochází klienti, kteří se o zelený hotel zajímají (můžete zde zvolit více možností):

- Asie
- Severní Evropa
- Střední Evropa
- Jižní Evropa
- Východní Evropa
- Západní Evropa
- Afrika
- Severní Amerika
- Jižní Amerika
- Austrálie
- Jiná destinace

Jsou nějaké konkrétní země, odkud pochází tito klienti, které by jste chtěli zmínit?

.....
.....
.....

6. Jsou si v dnešní době klienti ochotni připlatit za pobyt v hotelu, který zastává tento environmentálně zodpovědný přístup?

- Ano
 Ne

7. Ohodnoťte rozhodovací kritéria klienta při rezervaci pobytu v hotelu body 1-5 (kdy 1 je nejdůležitější kritérium pro klienta v rozhodovacím stadiu a každý bod můžete použít pouze jednou).

- Cena
 Destinace
 Značka (image, tradice)
 Ochrana životního prostředí (ISO, certifikace hotelu apod.)
 Úroveň poskytovaných služeb (počet hvězdiček hotelu apod.)

8. Se kterým z následujících výroků o „zeleném hoteliérství“ souhlasíte nejvíce?

- Zelený hotel se zásadně podílí na ochraně životního prostředí. Svým ekologicky šetrným provozem šetří neobnovitelné zdroje a šetří přírodu v rámci celé země.
- Hotel nemůže být nikdy zcela "zelený". Provoz hotelu bude vždy vyžadovat značnou spotřebu energií, vždy bude vytvářet velké množství odpadu a tím pádem bude mít jeho provoz vždy určitý dopad na životní prostředí.
- Hotely často používají značení ekologicky šetrného provozu pouze z důvodu vyrovnání se konkurenci či splnění trendu vůči dnešní společnosti. Stále se tak objevuje tzv. green washing (označení nezeleňé služby za zelenou), kdy zaměstnanci ani vedení hotelu nezastává filozofie zeleného provozu hotelu.

Dotazník byl dostupný online na adrese:

<http://zodpovedny-pristup-hotelu-k.vyplnto.cz/>

Zdroj: vlastní zpracování

9.6 Dotazník pro hotely

Dotazník na téma zodpovědného přístupu hotelů k životnímu prostředí

Určen pro:

Vedení hotelu, popř. osoba zodpovědná za environmentálně zodpovědný přístup hotelu

Název hotelu:.....

Kapacita hotelu:

- 0 - 69
- 70 - 149
- 150 - více

1. Je ve Vašem hotelu zřízen tzv. environmentální management?

- ano
- ne

Pokud tento management zřízen v hotelu není, kdo zastává řízení environmentálně zodpovědného přístupu hotelu?

- ředitel hotelu
- technický ředitel
- externí firma
- jiný (vypíšte, prosím).....

2. Probíhá v hotelu školení zaměstnanců v oblasti environmentálně zodpovědného přístupu hotelu?

- Ano, při náboru zaměstnance
- Ano, pravidelně
- Ne

3. Přichází klient do styku s některými opatřeními environmentálně zodpovědného provozu (např. odpadkové koše na tříděný odpad v pokoji hosta, úsporné žárovky apod.)?

Ano

Ne

Pokud ano, které konkrétní nástroje pro ekologicky šetrnější provoz jsou aplikovány v hotelovém pokoji hosta?

.....
.....
.....
.....

4. Získal hotel některé z následujících certifikací?

European Eco-label "The Flower"

Ekologicky šetrná služba

ISO 14001

Jiná (vypište, prosím).....

5. Uvažujete o získání certifikace „The Flower“ (uznávanou v zemích EU) či Ekologicky šetrné služby (obdoba Ekologicky šetrného výrobku)?

Ano

Ne

6. Může být podle Vás tento styl řízení podniku (respektive získání některé z certifikací) považován za konkurenční výhodu v hotelnictví?

Ano

Ne

Uved'te prosím důvod Vašeho tvrzení:

.....
.....
.....

7. Zohledňujete tento environmentální styl řízení hotelu při získávání klientů?

Ano

Ne

Pokud ano, jakým způsobem (např. u CK, internet booking, korporátní partneři...)

.....
.....
.....
.....
.....

8. Zhodnoťte, z jaké destinace nejčastěji pochází klienti, kteří se o zelený hotel zajímají (můžete zde zvolit více možností):

- Asie
- Severní Evropa
- Střední Evropa
- Jižní Evropa
- Východní Evropa
- Západní Evropa
- Afrika
- Severní Amerika
- Jižní Amerika
- Austrálie
- Jiná destinace

Jsou nějaké konkrétní země, odkud pochází tito klienti, které by jste chtěli zmínit?

.....
.....
.....

9. Vypište alespoň 3 environmentální zásady (nástroje pro ekologicky šetrnější provoz, např. třídění odpadu, úsporné žárovky, omezený průtok vody, úsporné praní ložního prádla a ručníků, vypínání topení v době nepřítomnosti hosta v pokoji apod.) ve Vašem hotelu:

.....
.....
.....
.....
.....

10. Se kterým z následujících výroků o „zeleném hoteliérství“ souhlasíte nejvíce?

Zelený hotel se zásadně podílí na ochraně životního prostředí. Svým ekologicky šetrným provozem šetří neobnovitelné zdroje a šetří přírodu v rámci celé země.

Hotel nemůže být nikdy zcela "zelený". Provoz hotelu bude vždy vyžadovat značnou spotřebu energií, vždy bude vytvářet velké množství odpadu a tím pádem bude mít jeho provoz vždy určitý dopad na životní prostředí.

Hotely často používají značení ekologicky šetrného provozu pouze z důvodu vyrovnání se konkurenci či splnění trendu vůči dnešní společnosti. Stále se tak objevuje tzv. green washing (označení nezelené služby za zelenou), kdy zaměstnanci ani vedení hotelu nezastává filozofie zeleného provozu hotelu.

Dotazník byl dostupný na adrese:

<http://zodpovedny-pristup-hotelu.vyplnto.cz/>).

Zdroj: vlastní zpracování

9.7 Dotazník pro zaměstnance

Dotazník na téma zodpovědného přístupu hotelů k životnímu prostředí

Určen pro:

Zaměstnance hotelu

Název hotelu:.....

1. Je ve Vašem hotelu zřízen tzv. environmentální management?

ano

ne

2. Probíhá v hotelu školení zaměstnanců v oblasti environmentálně zodpovědného přístupu hotelu?

Ano, při náboru zaměstnance

Ano, pravidelně

Ne

3. Znepříjemňuje Vám tento styl řízení hotelu nějakým způsobem Vaši práci?

ano

ne

Pokud ano, jakým způsobem (např. nezastávám tuto filosofii řízení, zpomaluje to mou pracovní činnost apod.)

.....

4. Dodržujete zásady ekologicky šetrného přístupu i mimo své pracoviště?

ano

ne

5. Se kterým z následujících výroků o „zeleném hoteliérství“ souhlasíte nejvíce?

Zelený hotel se zásadně podílí na ochraně životního prostředí. Svým ekologicky šetrným provozem šetří neobnovitelné zdroje a šetří přírodu v rámci celé země.

Hotel nemůže být nikdy zcela "zelený". Provoz hotelu bude vždy vyžadovat značnou spotřebu energií, vždy bude vytvářet velké množství odpadu a tím pádem bude mít jeho provoz vždy určitý dopad na životní prostředí.

Hotely často používají značení ekologicky šetrného provozu pouze z důvodu vyrovnání se konkurenci či splnění trendu vůči dnešní společnosti. Stále se tak objevuje tzv. green washing (označení nezelené služby za zelenou), kdy zaměstnanci ani vedení hotelu nezastává filozofie zeleného provozu hotelu.

Zdroj: vlastní zpracování