

Projekt zavedení udržitelných praktik v hotelu pro zvýšení loajality zákazníka ke značce

Bc. Kamila Opravilová

Diplomová práce
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav podnikové ekonomiky

Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Kamila Opravilová**
Osobní číslo: **M20391**
Studijní program: **N0413A050023 Ekonomika podniku a podnikání**
Specializace: **Podnikání ve službách cestovního ruchu**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Projekt zavedení udržitelných praktik v hotelu pro zvýšení loajality zákazníka ke značce**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši vztahující se k udržitelnosti cestovního ruchu a hotelnictví.

II. Praktická část

- Charakterizujte uplatňování principů udržitelnosti ve vybraném hotelu.
- Pomocí vybraných analytických metod analyzujte současný stav principů udržitelnosti ve vybraných hotelech a jejich vztahu k loajalitě zákazníka.
- Na základě výsledků analýz vypracujte projekt zavedení udržitelných praktik ve vybraném hotelu.
- Navržený projekt podrobte časové, nákladové a rizikové analýze.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- EDGELL, David L. *Managing sustainable tourism: a legacy for the future*. Third edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2020, 290 s. ISBN 978-0-367-33138-2.
- GARDETTI, Miguel Angel a Ana Laura TORRES, ed. *Sustainability in hospitality: how innovative hotels are transforming the industry*. Sheffield: Greenleaf Publishing, 2016, 263 s. ISBN 978-1783531998.
- KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha. 2.*, aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 224 s. ISBN 978-80-274-4835-1.
- VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017, 192 s. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.
- ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015, 123 s. ISBN 978-80-244-4576-2.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Zuzana Vaculčíková, Ph.D.**
Ústav podnikové ekonomiky

Datum zadání diplomové práce: **11. února 2022**
Termín odevzdání diplomové práce: **27. dubna 2022**

L.S.

prof. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.
garant studijního programu

Ve Zlíně dne 11. února 2022

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 25.4.2022

Jméno a příjmení: Kamila Opravilová

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá tvorbou projektu pro zavedení udržitelných praktik v hotelu s cílem zvýšení loajality zákazníka ke značce. V teoretické části jsou zpracovány informace získané z odborné literatury, zaměřené na problematiku udržitelného cestovního ruchu, hotelnictví a uplatňování environmentálního řízení v hotelnictví. V analytické části je popsán aktuální stav vybraného hotelu. Zkoumaná problematika je dále analyzována pomocí SWOT analýzy a dotazníkového šetření, pro získání nezbytných informací, které byly podkladem pro tvorbu projektu. Zpracovanou analýzou bylo zjištěno, že vybraný hotel má potenciál pro zavedení udržitelných praktik a že existuje skupina zákazníků, kteří mají zájem o ubytování v hotelu, který viditelně snižuje svůj vliv na životní prostředí. Výsledkem práce je projekt pro zavedení konkrétních udržitelných opatření v hotelu.

Klíčová slova: udržitelnost, hotelnictví, environmentální řízení, udržitelné praktiky, zákazník

ABSTRACT

The diploma thesis deals with the creation of a project for the introduction of sustainable practices in the hotel to increase customer loyalty to the brand. In the theoretical part information obtained from specialized literature on the topic of sustainable tourism, hospitality, and the application of environmental management in the hotel industry was processed. The current state of the selected hotel is described in the analytical part. The researched issue is further analyzed using SWOT analysis and a questionnaire survey, to obtain the necessary information that was the basis for the creation of the project. The processed analysis found that the selected hotel has the potential to implement sustainable practices and that there is a group of customers who are interested in hotel accommodation that visibly reduces its impact on the environment. The result of the work is a project, which includes a proposal for the introduction of specific measures.

Keywords: sustainability, hospitality, environmental management, sustainable practices, customer

Touto cestou bych velice ráda poděkovala Ing. Zuzaně Vaculčíkové, PhD., za vedení diplomové práce, za její ochotu, čas a hlavně cenné rady, které mi v průběhu psaní práce poskytla. Stejně tak děkuji i manažerce hotelu La Fresca, Ing. Zuzaně Černé, za spolupráci a ochotu poskytnout potřebné informace, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout. V neposlední řadě děkuji i své rodině a všem svým blízkým přátelům, kteří mě po celou dobu studia podporovali.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

„Úkolem nadcházející éry je radikální obnova lidské odpovědnosti. Naše svědomí musí dohnat náš rozum, jinak jsme ztraceni“.

Václav Havel

OBSAH

ÚVOD	10
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	12
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH	14
1.1 DEFINICE POJMU UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH.....	14
1.2 DRUHY A FORMY UDRŽITELNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU.....	16
1.3 PRINCIPY UDRŽITELNÉHO ROZVOJE.....	17
1.4 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM.....	19
1.5 PILÍŘE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE.....	20
1.6 GREENWASHING.....	22
2 HOTELNICTVÍ	24
2.1 VÝVOJ HOTELNICTVÍ.....	24
2.2 ČLENĚNÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ.....	25
2.3 KATEGORIZACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ.....	26
2.4 KLASIFIKACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ.....	27
3 UPLATŇOVÁNÍ ENVIRONMENTÁLNÍHO ŘÍZENÍ V HOTELU	29
3.1 ODPOVĚDNOST HOTELU VŮČI ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ.....	30
3.2 VNÍMÁNÍ UDRŽITELNÉHO CHOVÁNÍ HOTELŮ SPOTŘEBITELEM.....	31
3.3 GREEN MANAGEMENT.....	33
3.4 APLIKACE GREEN MANAGEMENTU V HOTELU.....	34
3.5 ČSN EN ISO 14001.....	36
3.6 EKOLOGICKÁ CERTIFIKACE.....	37
3.7 PŮSOBNÍ CESTOVNÍHO RUCHU NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ.....	38
3.8 PŮSOBNÍ VÝSTAVBY UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ NA URBANISTIKU.....	39
4 ANALYTICKÉ METODY PRÁCE	41
4.1 SWOT ANALÝZA.....	41
4.1.1 Analýza externího prostředí.....	41
4.1.2 Analýza interního prostředí.....	41
4.2 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	41
II PRAKTICKÁ ČÁST	43
5 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU HOTELU LA FRESCA	44
5.1 LOKALITA.....	44
5.2 CHARAKTERISTIKA HOTELU.....	44
5.3 VYBAVENÍ HOTELU.....	45

5.4	SLUŽBY HOTELU.....	45
5.5	PILÍŘE UDRŽITELNOSTI	45
5.5.1	Ekonomický pilíř.....	46
5.5.2	Sociální pilíř	46
5.5.3	Environmentální pilíř	47
5.6	UHLÍKOVÁ STOPA NA OBSAZENÝ POKOJ	50
5.7	SPOTŘEBA VODY NA OBSAZENÝ POKOJ.....	52
6	SWOT ANALÝZA	55
6.1	SILNÉ STRÁNKY.....	56
6.2	SLABÉ STRÁNKY.....	56
6.3	PŘÍLEŽITOSTI.....	57
6.4	HROZBY	57
7	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	58
7.1	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU URČENÉHO ZÁKAZNÍKŮM	58
7.2	SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKU URČENÉHO ZÁKAZNÍKŮM	64
7.3	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU URČENÉHO HOTELŮM	64
7.4	SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKU URČENÉHO HOTELŮM	70
8	SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ ANALYTICKÉ ČÁSTI	71
9	PROJEKT ZAVEDENÍ UDRŽITELNÝCH PRAKTIK V HOTELU.....	73
9.1	CÍL PROJEKTU.....	73
9.2	FINANCOVÁNÍ PROJEKTU	73
9.3	NÁVRH VHODNÝCH UDRŽITELNÝCH PRAKTIK PRO HOTEL LA FRESCA	74
9.3.1	Opatření pro úsporu energií	74
9.3.2	Opatření pro úsporu vody.....	74
9.3.3	Opatření pro snížení tvorby odpadu.....	75
9.3.4	Opatření v rámci celkového řízení hotelu	75
9.3.5	Ostatní opatření	75
9.3.6	Školení zaměstnanců	76
9.3.7	Poskytování informací o udržitelnosti hostům.....	76
9.3.8	Motivace hostů	77
9.4	PROCES ZAVEDENÍ UDRŽITELNÝCH PRAKTIK V HOTELU LA FRESCA	77
9.4.1	Aktivity nutné pro zavedení udržitelných praktik.....	78
9.5	PROCES ZÍSKÁNÍ EKOLOGICKÉ CERTIFIKACE „THE FLOWER“	81
9.6	ČASOVÁ ANALÝZA	83
9.6.1	Výsledná časová analýza.....	85
9.7	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	87
9.7.1	Náklady na materiál	87
9.7.2	Náklady na informační cedulky	89

9.7.3	Náklady na školení zaměstnanců	90
9.7.4	Náklady na montáž prvků	91
9.7.5	Náklady na ekologickou certifikaci „The flower“	91
9.7.6	Celkové náklady na projekt.....	92
9.8	RIZIKOVÁ ANALÝZA	92
9.8.1	Analýza rizik dle metody RIPRAN.....	93
9.8.2	Hodnocení rizika	94
9.8.3	Matice rizik	95
9.8.4	Opatření vhodná pro snížení rizik	96
10	SHRNUTÍ PROJEKTOVÉ ČÁSTI.....	99
	ZÁVĚR	100
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	102
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	107
	SEZNAM OBRÁZKŮ	109
	SEZNAM TABULEK.....	111
	SEZNAM PŘÍLOH.....	112

ÚVOD

Cestovní ruch představuje jedno z nejrychleji se rozvíjejících odvětví, které má navíc obrovský dopad na životní prostředí. S narůstajícími ekologickými problémy jdou ruku v ruce i nenávratné globální změny naší planety. Kvůli tomu vzniká nebezpečí, které ohrožuje životy budoucích generací. Toto nebezpečí není pouze environmentálního charakteru, ale představuje i závažnou ekonomickou a sociální nejistotu. Problematika ochrany životního prostředí se tak stále častěji stává předmětem zájmu mnoha podniků, včetně hotelového průmyslu. Ten je mnohdy označován právě jako jeden z hlavních znečišťovatelů životního prostředí. Díky tomu roste množství hotelů zavádějících taková opatření, jejichž cílem je snižovat dopad na životní prostředí. Narůstající poptávka po udržitelných „eco-friendly“ hotelích ze strany hotelových hostů navíc zvyšuje motivaci hotelových manažerů zavést tato opatření. Nicméně zavedení udržitelných praktik nemá jen pozitivní vliv na životní prostředí, ale napomáhá hotelu i ušetřit náklady na provoz, odlišit hotel od konkurence, zlepšit image na trhu a celkově přispívat k trvale udržitelnému rozvoji.

Diplomová práce se zabývá projektem pro zavedení udržitelných praktik ve vybraném hotelu, s cílem zvýšit loajalitu zákazníka ke značce.

Práce je rozdělena na dvě části, a to část teoretickou a část praktickou. Teoretická část se věnuje problematice udržitelného cestovního ruchu, jeho druhům a formám. Neopomíjí ani oblast principů udržitelného rozvoje. Dále je zde charakterizována společenská odpovědnost firem, jednotlivé pilíře udržitelnosti a problematika greenwashingu. Dále se teoretická část věnuje hotelnictví, jeho vývoji, členění, kategorizaci a klasifikaci. Práce detailněji objasňuje odpovědnost hotelu vůči životnímu prostředí, aplikaci green managementu v hotelu, normu ISO 14001 či jednotlivé druhy ekologické certifikace. Nejdůležitější kapitolou z celé teoretické části je pak kapitola o vnímání udržitelného chování hotelů spotřebitelem. V rámci ekologie je zde zhodnoceno i působení cestovního ruchu na životní prostředí či působení výstavby ubytovacích zařízení na urbanistiku.

Praktická část je rozdělena na část analytickou a část projektovou. V analytické části je detailněji popsán současný stav vybraného hotelu, přičemž jsou zde charakterizovány jednotlivé činnosti a aktivity hotelu v rámci všech tří pilířů udržitelnosti. Následně je proveden výpočet uhlíkové stopy a spotřeby vody na jeden obsazený pokoj/noc pomocí nástrojů Hotel Carbon Measurement Initiative a Hotel Water Measurement Initiative. Analytická část dále pokračuje analýzou SWOT a dotazníkovým šetřením.

Projektová část se nejdříve zabývá návrhem udržitelných praktik vhodných pro realizaci v hotelu La Fresca. V rámci návrhu udržitelných praktik je popsána i problematika školení zaměstnanců, informování hostů a jejich motivace v rámci spolupráce na udržitelném chování. Následný projekt je pak zaměřen na zavedení konkrétních opatření v oblasti úspor vody, energií, snižování tvorby odpadu apod. Projektová část dále popisuje průběh získávání ekologické certifikace. Důležitou částí projektu je časová analýza, provedená metodou CPM. Dále nákladová analýza pro celkovou kalkulaci nákladů potřebných k realizaci projektu a riziková analýza vypracovaná metodou RIPRAN, jejíž cílem je zjistit potenciální ohrožení projektu a možná opatření ke snížení pravděpodobnosti vzniku rizika. Projektová část je zakončena shrnutím nejvýznamnějších informací a poznatků.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Cílem diplomové práce je vytvoření projektu pro zavedení udržitelných praktik v hotelu s cílem zvýšení loajality zákazníka ke značce. Tohoto cíle bude dosaženo realizací zvolených udržitelných praktik ve vybraném hotelu.

Metody zpracování práce

Pro splnění vymezeného cíle bude nejdříve zpracována literární rešerše zabývající se problematikou udržitelnosti v cestovním ruchu a hotelnictví a uplatňování environmentálního řízení v hotelnictví. Součástí teoretické části bude i přiblížení problematiky vnímání udržitelného chování hotelů spotřebitelem. Následně budou podrobněji popsány metody, jež jsou použity v analytické části práce, konkrétně SWOT analýza a dotazníkové šetření.

Po shrnutí teoretických poznatků z literárních pramenů bude následovat část praktická, rozdělená na část analytickou a část projektovou. V analytické části práce bude podrobněji analyzován současný stav hotelu, přičemž budou využity informace poskytnuté z interního zdroje hotelu. Součástí analýzy bude i zjištění uhlíkové stopy a spotřeby vody na jeden obsazený pokoj za noc. Následně bude vypracována SWOT analýza pro zhodnocení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb zkoumaného hotelu. Dále bude proveden sběr potřebných informací za pomoci dvou různých dotazníků. Účelem prvního dotazníku bude získat odpověď na otázku, jak vnímají problematiku hotelové udržitelnosti zákazníci, a ve druhém dotazníku bude zodpovězena otázka, jak tuto problematiku vnímají samotné hotely.

Na závěr této práce bude vypracován projekt na základě výsledků z analytické části. Tento projekt pak bude podroben časové, nákladové a rizikové analýze. Cílem časové analýzy je definovat celkovou dobu trvání jednotlivých činností projektu. Nákladová analýza kalkuluje všechny potřebné výdaje na realizaci projektu. Riziková analýza zase identifikuje možná rizika, která mohou projekt ohrozit, spolu s opatřeními vhodnými pro minimalizaci vzniku těchto rizik. V závěru projektu bude vytvořeno shrnutí nejdůležitějších poznatků a informací.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch ovlivňuje životy lidí. Bez ohledu na to, zda vystupují v roli účastníka cestovního ruchu, místního obyvatelstva či v roli zaměstnanců služeb cestovního ruchu. Kotíková (2013, str. 6) uvádí, že pozitivní dopady cestovního ruchu jsou nejen všeobecně známé, ale často neúměrně vyzdvihované jako jakýsi „všelék“, který svým způsobem dokáže vyřešit problémy města, lokality či regionu. Spolu s pozitivními dopady cestovního ruchu jdou ruku v ruce i negativní dopady. Růst životní úrovně obyvatel je jeden z mnoha faktorů, který přispívá k rychlejšímu rozvoji cestovního ruchu, a tím také k vytváření nerovnoměrných dopadů na mnoho oblastí souvisejících právě s cestovním ruchem i mimo něj. Vždy však záleží na způsobu chování každého jedince (účastníka cestovního ruchu), a to zejména na výběru druhu dopravy do destinace, délce pobytu či konkrétním počínání, přičemž uvědomělost turistů je v tomto případě velice důležitá. Lze však předpokládat, že se bude cestovní ruch i nadále rozvíjet. Myšlenkou udržitelného cestovního ruchu je tedy propojit cestování s ochranou životního prostředí, cenných přírodních zdrojů a biologických rozmanitostí, a to prostřednictvím ekonomických nástrojů a různých způsobů regulace (Závodná, 2015, str. 21–22).

1.1 Definice pojmu udržitelný cestovní ruch

Obecná definice vymezuje trvale udržitelný rozvoj jako takový rozvoj, jehož hlavním cílem je naplnit současné i budoucí potřeby, bez toho, aniž by ohrozil způsoby naplnění potřeb budoucích generací. V souvislosti s cestovním ruchem *„lze trvale udržitelný cestovní ruch definovat jako zajišťování potřeb účastníků cestovního ruchu takovým způsobem, který pomáhá rozvoji území, s přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot a vede k dlouhodobé prosperitě dané oblasti, aniž by ohrozil uspokojení potřeb budoucích generací“* (mmr.cz, c2021).

Dle Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021–2030 (2021, str. 9) vytvoření a zajištění podmínek pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu znamená *„umožnit a podporovat vyvážené využití potenciálu destinací, rozvoj regionů i růst životní úrovně místních obyvatel a na druhé straně minimalizovat nebo předcházet negativním dopadům cestovního ruchu na obyvatele, životní prostředí i kulturně-historické objekty“*.

Zcela jistě lze tedy označit cestovní ruch jako spotřebitele zdrojů okolního prostředí, neboť využívá zdroje jak fyzické, tak i lidské. Z tohoto důvodu je do budoucna vyvíjen nátlak na

vytvoření rovnováhy mezi všemi třemi aspekty, a to mezi ochranou životního prostředí, pozitivním přínosem pro společnost a stabilním ekonomickým růstem. Původně byl totiž brán ohled pouze a jen na maximalizaci ekonomických zisků (Závodná, 2015, str. 22). Obrázek uvedený níže znázorňuje vyváženost mezi jednotlivými pilíři – ochranou životního prostředí, pozitivním přínosem pro společnost a stabilním ekonomickým růstem.



Obrázek 1 Planet – People – Profit schéma podle Hawkinse (Ryglová a kol., 2011, str. 147)

Udržitelný cestovní ruch by měl dle UNWTO:

- 1) dbát na optimální využití ekologických zdrojů,
- 2) zajistit základní ekologické procesy,
- 3) pomoci při ochraně přírodního dědictví a biodiverzity,
- 4) respektovat sociálně-kulturní autentičnost hostitelské komunity,
- 5) zachovat kulturní dědictví a hodnoty,
- 6) přispět k mezikulturnímu porozumění a toleranci,
- 7) zabezpečit životaschopné a dlouhodobé hospodářské operace,
- 8) poskytovat sociálně-ekonomické výhody všem zainteresovaným stranám (Királ'ová, 2013, str. 36–37).

V situaci, kdy dochází k rychlému rozvoji cestovního ruchu v destinaci, je zapotřebí spolehlivá infrastruktura. Bez ní totiž nelze zajistit požadovanou kvalitu, rozvoj cestovního

ruchu a ekonomický růst. Kvalitní infrastruktura je také důležitou podmínkou pro spolehlivé řízení toku návštěvníků v destinaci tak, aby nedocházelo k rapidnímu poškození životního prostředí, kulturního dědictví a místních zájmů obyvatelstva (Királ'ová, 2013, str. 38).

1.2 Druhy a formy udržitelného cestovního ruchu

Existuje mnoho druhů a forem cestovního ruchu, avšak spousta z nich nepodporuje myšlenku udržitelnosti. Dle Závodné (2015, str. 36) „*cesta k udržitelnému cestovnímu ruchu vede dvěma směry – ozeleňování stávající masové turistiky (tedy snaha o regulaci dopadů dosavadní masové turistiky), nebo využívání udržitelných forem cestovního ruchu, které splňují rysy udržitelnosti*“. Proto je nutné samotné účastníky cestovního ruchu o této problematice informovat a vzdělávat. Níže jsou uvedeny příklady různých forem cestovního ruchu, které se v posledních několika letech začaly s oblibou rozvíjet a které splňují základní rysy udržitelnosti.

- **Zelený cestovní ruch** – jedná se o alternativu k masovému CR. Je praktikovaný v menších skupinách, respektuje životní prostředí, místní komunitu a její potřeby.
- **Bioturismus** – upřednostňuje přírodní hodnoty a udržení přírodního prostředí v souladu s individuální odpovědností každého účastníka CR (Zelenka, 2012, str. 67–68).
- **Přírodní cestovní ruch** – je podmíněn účastí v přírodních lokalitách s různými přírodními útvary či úkazy (Zelenka, 2012, str. 463).
- **Geoturismus** – podstatou je vzdělávání o samotném vývoji Země skrze aktivní vnímání geologicky atraktivní oblasti disponující důležitým geologickým dědictvím. Součástí je i odborný výklad průvodce. Jako příklad lze uvést rýžování zlata, geocaching, georafting, montanistiku či návštěvu archeoskanzenů. Geoturismus výrazně podporuje lokalitu v produkci místních produktů a značně přispívá k rozvoji znalostí a know-how (Zelenka, 2012, str. 182).
- **Rurální cestovní ruch (venkovský)** – účastníci CR jsou ubytováni v ubytovacích zařízeních na venkově a čas tráví zejména aktivním odpočinkem (Zelenka, 2012, str. 601).
- **Agroturismus** – úzce souvisí s venkovským cestovním ruchem a specializuje se na pobyty na venkovských rodinných farmách. Je spojen s aktivním odpočinkem,

poznáváním původních postupů výroby potravin, chovem hospodářských zvířat apod. Výhodou je, že využívá již existující zdroje, čímž zamezuje výstavbě nové suprastruktury CR (Zelenka, 2012, str. 26).

- **Ekoagroturismus** – je zaměřený na pobyt účastníků na specializovaných ekofarmách. Účastníci jsou během pobytu seznámeni s prací na farmě i s postupem výroby alternativních druhů potravin, a často jim je zajištěna i degustace či konzumace farmou vypěstovaných potravin. Účastníci tráví čas cykloturistikou, pěší turistikou, jízdou na koních apod. (Zelenka, 2012, str. 130).

1.3 Principy udržitelného rozvoje

Základním stavebním kamenem udržitelného rozvoje je uplatňování obecných principů udržitelnosti. Tím nejdůležitějším principem se jeví princip integrace, který zajišťuje, že všechny činnosti probíhající v konkrétním pilíři (ekonomickém, environmentálním a sociálním) jsou ve vzájemné rovnováze. Dle principu pozitivní ekonomické stimulace by měly být ekonomické subjekty motivovány k aktivitám přinášejícím pozitivní efekt pro okolí, ve kterém se subjekt nachází. Dále princip úcty k lidskému životu, k přírodě a k civilizačním a kulturním hodnotám, princip generační odpovědnosti, princip sociální solidarity aj. jsou postaveny na názoru, že každému, kdo se ocitne v obtížné životní situaci by měla být nabídnuta pomoc. Vztahy mezi jednotlivými pilíři, které by měly být založeny na vzájemné souhře, nikoliv na rivalitě, určuje princip partnerství. Princip postupného preferování intenzivního rozvoje společnosti, princip udržení života na venkově, princip obnovy a údržby kulturní krajiny aj. zase představují principy důležité pro trvalou udržitelnost v rámci environmentálního pilíře (Polášková, 2011, str. 27–28). Dalším poměrně důležitým principem udržitelnosti je i vnímání budoucnosti, neboť budoucí generace budou stejně tak jako my čerpat ze zdrojů, které budou k dispozici (Závodná, 2015, str. 31).

Vajčnerová (2017, str. 73) ve své knize popisuje definici UNWTO z roku 2004 takto: *„Pravidla pro udržitelný cestovní ruch a jeho řídicí praktiky jsou aplikovatelné na všechny formy cestovního ruchu ve všech typech destinací (turistických cílů), a to včetně masového cestovního ruchu a různých specifických segmentů. Principy udržitelnosti se vztahují k environmentálním, ekonomickým a sociokulturním aspektům rozvoje cestovního ruchu a nezbytností je dosažení vyváženého poměru všech těchto tří dimenzí tak, aby bylo dosaženo dlouhodobého účinku“.*

Z tohoto důvodu by měl cestovní ruch příznivým způsobem spotřebovávat nejen environmentální zdroje. Tato spotřeba by však měla být na takové úrovni, aby byly zachovány hlavní aspekty rozvoje cestovního ruchu, biodiverzita a optimálním způsobem i ochrana přírodního dědictví. Samozřejmostí je i zachování sociokulturní autenticity komunit v konkrétních oblastech, spolu s péčí o kulturní dědictví a tradiční hodnoty. Udržitelný cestovní ruch by měl do destinací přinést vzájemnou toleranci a pochopení a pomáhat k dlouhodobému ekonomickému rozvoji. Díky tomu lze zajistit socioekonomický přínos, jeho rovnoměrné rozdělení mezi všechny účastníky a v neposlední řadě i odstranění chudoby (Vajčnerová, 2017, str. 73). Pro správné fungování udržitelného rozvoje je stejně tak důležitá i informovanost všech zainteresovaných subjektů a jedinců. Následně může být uplatněn proces identifikace dopadů spolu s implementací preventivních a nápravných opatření.

Dle Vajčnerové (2017, str. 73) „*udržitelný cestovní ruch rovněž přináší vysoký stupeň uspokojení samotných turistů a současně přispívá k lepšímu porozumění a podpoře potřeb a praktik udržitelného cestovního ruchu*“.

V rámci cestovního ruchu vymezila organizace CzechTourism (c2008–2022) hlavní principy udržitelnosti následovně:

- Respektujte místní kulturu, obyvatele, zvyky a tradice.
- Chovejte se zodpovědně vůči životnímu prostředí, neplýtvajte vodou a energiemi.
- Mějte úctu k hmotnému kulturnímu dědictví v navštívené destinaci.
- Pro přepravu používejte místní hromadnou dopravu či bezuhlíkovou formu dopravy.
- Recyklujte odpad a pokud je to možné používejte ekologické či vratné obaly.
- Udržujte čistotu.
- Nakupujte lokální či ručně vyráběné produkty.
- Vyhledávejte ubytovací a gastronomické zařízení které náleží místním obyvatelům.

Je však důležité neopomenout ani základní rysy udržitelnosti vztahující se k cestovním ruchem:

- Kvalita – je vnímána jako udržení kvality poskytovaných služeb spolu se zachováním kvality života místního obyvatelstva a životního prostředí v dané lokalitě.

- Kontinuita – představuje zabezpečení kontinuity zdrojů, které cestovní ruch v rámci dané lokality spotřebovává.
- Vyváženost – mezi jednotlivými pilíři by měla být zachována celková vyrovnanost, přičemž je nutné klást důraz na zachování vyváženosti mezi konkrétními potřebami poskytovatelů služeb cestovního ruchu a potřebami návštěvníků a místních obyvatel (Palatková, 2014, str. 170).

1.4 Společenská odpovědnost firem

Pojem společenská odpovědnost firem představuje koncept, který vznikl z překladu anglického Corporate Social Responsibility a jenž označuje přístup firmy či organizace uvědomující si určitou míru odpovědnosti za aktuální stav a chod celé společnosti. Díky tomuto konceptu firma upřednostňuje dlouhodobé cíle před krátkodobými a zároveň dává přednost optimálnímu dlouhodobému zisku před krátkodobým maximálním ziskem (Řezáč, 2009, str. 313–314).

Dle Vajčnerové a Ryglové (2017, str. 72) představuje společenská odpovědnost firem „dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně vůči prostředí i společnosti, v nichž podnikají, tedy měřítkem úspěchu není pouze zisk, ale i další aspekty“.

Z dlouhodobého hlediska lze společenskou odpovědnost považovat za zásadní konkurenční výhodu, neboť zodpovědné chování přispívá k navýšení produktivity práce a udržení loajality zaměstnanců (Vajčnerová, 2017, str. 72).

Řezáč (2009, str. 315) ve své knize uvádí, „že vnímání firmy jako společensky odpovědné je důležitou součástí firemního nehmotného kapitálu, který často tvoří až 85 % celkové hodnoty firmy“. Vzhledem k tak obrovské cenosti je nutné tuto hodnotu firmy určitým způsobem chránit a kontrolovat. Ohrožení této firemní hodnoty může mít zásadní dopad na budoucí rozvoj či samotnou existenci firmy.

Společenská odpovědnost firem je postavena na několika základních principech:

- Firma respektuje okolí, ve kterém podniká, zároveň poskytuje služby za odpovídající ceny a splňující potřebné zákony a předpisy.
- Firma uplatňuje odpovědný přístup k životnímu prostředí, tzv. green management (odpadové hospodářství, šetrné využívání vody a energií atd.).

- Firma spolupracuje s obcí a jinými partnery v oblasti rozvoje udržitelného cestovního ruchu (ochrana kulturního prostředí a přírody).
- Firma se chová zodpovědně vůči svým zaměstnancům, dodavatelům, zákazníkům, státním a jiným institucím (etický kodex, vzdělávání zaměstnanců, odmítání korupce).
- Princip dobročinnosti – přispívání na charitativní a jiné veřejně prospěšné aktivity, dárcovství a jiné.
- Princip dobrovolnosti – firma přistupuje ke všem aktivitám v rámci společenské odpovědnosti dobrovolně, nad rámec svých činností.
- Princip dlouhodobosti – všechny aktivity, které podnik v rámci společenské odpovědnosti realizuje, mají dlouhodobý charakter (Beránek, 2013, str. 300).

Společensky odpovědná firma může dosáhnout výrazného zvýšení zisku, zvýšení atraktivity v očích investorů, zvýšení důvěryhodnosti u zákazníků, odlišení se od konkurence, posílení loajality zaměstnanců a zvýšení jejich produktivity, vytvoření potenciálu pro rozšíření povědomí o značce a snížení nákladů na oblast řízení rizik (Řezáč, 2009, str. 316).

Gardetti (c2016, str. 8–9) ve své knize zdůrazňuje důležitost respektování lidských práv, která jsou často v rámci společenské odpovědnosti firem opomíjena. I když je ochrana lidských práv a svobod jednou z nejdůležitějších morálních zásad, paradoxem zůstává, že mezinárodní povinnosti se přímo nevztahují na společnosti a že doposud nebyly schváleny žádné globální dohody týkající se respektování lidských práv ve společnostech. Zároveň zdůrazňuje fakt, že je prakticky nemožné, aby každá společnost nesla odpovědnost za dopady své podnikatelské činnosti na lidská práva každého jedince, na kterého má její činnost vliv. V rámci společenské odpovědnosti firem je však důležité, aby byla učiněna taková opatření, která budou spolehlivě a preventivně zabraňovat zneužívání lidských práv (Gardetti, c2016, str. 8–9).

1.5 Pilíře udržitelného rozvoje

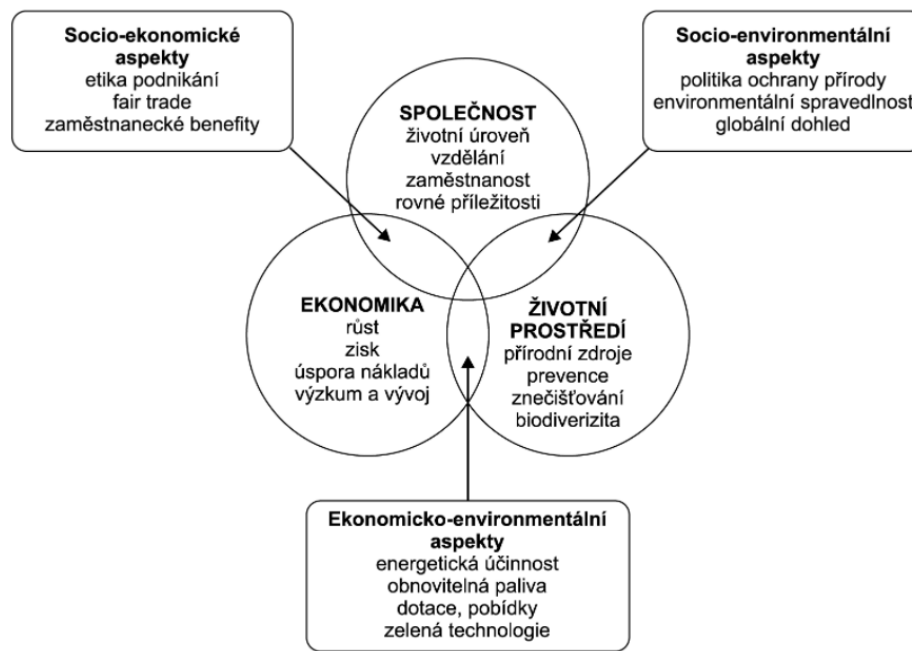
Koncept udržitelného rozvoje je založen na rovnováze tří pilířů udržitelnosti, a to ekonomického, sociálního a environmentálního. Podle Světového summitu k udržitelnému rozvoji v Johannesburgu v roce 2002 je udržitelnost „*chápána jako vyváženost vývoje mezi těmito pilíři, tzn. mezi vývojem ekonomiky, životní úrovní obyvatel a zátěží životního*

prostředí. Cílem je, aby se vývoj v některém pilíři nevyvíjel na úkor ostatních“ (MMR, c2022). Všechny tři pilíře se navzájem doplňují a lze je považovat za významnou součást nejen podnikatelských, ale i nepodnikatelských subjektů, neboť svou činností zasahují do ekonomického růstu, rozvoje environmentálního prostředí a naplňování sociálních potřeb společnosti (Krechovská, 2018, str. 43).

V rámci **ekonomického pilíře** je nutné, aby organizace pečovala zejména o vztahy se zákazníky, kvalitu a bezpečnost nabízených produktů a služeb, udržování dobrých vztahů s investory a dodavateli, inovaci a udržitelnost produktů, ochranu duševního vlastnictví a etiku marketingu a reklamy (Pavlík, 2010, str. 25–26).

Sociální pilíř zohledňuje kvalitu života lidí, je slučitelný s jejich hodnotami i kulturou a zároveň přispívá k posílení lidských vztahů a rovností mezi nimi (Palatková, 2014, str. 170). V rámci sociálního pilíře by měla organizace dodržovat zásady zdravé a bezpečnosti práce svých zaměstnanců, starat se o vzdělání a rekvalifikaci zaměstnanců, firemní filantropii a dobrovolnictví, dodržování lidských práv, rovnost mužů a žen, odmítání dětské práce, zaměstnávání lidí se zhoršenou pozicí na trhu, rozmanitost na pracovišti či naslouchání a dialog s různými cílovými skupinami (Pavlík, 2010, str. 26).

Dále by se měla organizace zaměřit na cíle v rámci **environmentálního pilíře**, kterými jsou především šetrná ekologická kultura (např. snížení spotřeby vody a energií, snížení produkce odpadu, jeho recyklace apod.), redukce vlivu činnosti podnikání na stav životního prostředí a místní obyvatele, ekologická výroba, produkty a služby šetrné k životnímu prostředí, ochrana přírodních zdrojů a investice do technologií snižující dopad na životní prostředí (Pavlík, 2010, str. 26). Environmentální pilíř se z pohledu cestovního ruchu detailněji zabývá například produkcí emisí CO₂ z různých zařízení cestovního ruchu, množstvím vyprodukovaného odpadu, kvalitou vody a její spotřebou návštěvníky na osobu za den či podílem chráněných oblastí apod. (Palatková, 2014, str. 170).



Obrázek 2 Pilíře udržitelnosti (Krechovská, 2018, str. 44)

Dle Pavlíka (2010, str. 27–28) je pak důležité, aby se organizace zaměřila především na poskytování kvalitních produktů a služeb, odpovědnost vůči životnímu prostředí, etický kodex, starost o zaměstnance atd. Pro zavedení některých zásad uvedených v jednotlivých pilířích udržitelnosti je však nutné, aby organizace disponovala finančními prostředky pro naplnění těchto konkrétních cílů. Dále je důležité podotknout, že zavedením těchto zásad si organizace zajišťuje úsporu nákladů na provoz do budoucna. Nejčastěji se tyto finanční prostředky využívají pro zavedení nových technologií s jejichž využitím lépe dosáhnou různých ekologických cílů, na zlepšení pracovních podmínek pro zaměstnance a jejich vzdělávání či na náklady vynaložené na reklamu a marketing (Pavlík, 2010, str. 30).

1.6 Greenwashing

Pojem Greenwashing znamená v překladu „natírání na zeleno“ a lze jej chápat jako určitý druh dezinformace. Zpravidla se jedná o určitou metodu marketingové komunikace, která má za cíl přesvědčit zákazníka, že produkty, postupy, politika a záměry firmy jsou ohleduplné a jen minimálně ovlivňují životní prostředí (Zelenka, 2012, str. 190). Cílem greenwashingu pak paradoxně bývá zastínění jiných neekologických aktivit podnikatelského subjektu. Poměrně často je využíván i v cestovním ruchu. Typickým příkladem může být letecká společnost, která záměrně uvádí, že recykluje obaly po servírování jídla, přičemž podstatně významnější environmentální dopad má právě spotřeba paliva letadla. Firmy

natírající realitu na zeleno se tak snaží dosáhnout jisté konkurenční výhody oproti jiným firmám, které opravdu dbají na snižování dopadů svých aktivit na životní prostředí. Zeleným natíráním se firma „očisťuje“ od svých neudržitelných praktik v očích nejen svých zákazníků, ale i investorů (Závodná, 2015, str. 28). Vzhledem k tomu, že se jedná o dezinformaci, je velice těžké tyto nepravdivé informace rozpoznat, vyvrátit či uvést zcela na pravou míru (Tříděniópadu.cz, c2007–2022).

Příklady základních znaků greenwashingu:

- Firma označuje své výrobky převážně nálepkami „eco-friendly“, „přírodní“, „citlivé k životnímu prostředí“, a ve většině případů má obal zelenou barvu.
- Firma využívá irelevantní a zavádějící tvrzení. Zdůrazňuje například absenci parabenů ve výrobku, přičemž složení výrobku obsahuje jiné, daleko škodlivější látky.
- Firma využívá tzv. marketing kouřovou clonou. Jedná se o způsob propagace, například kosmetických produktů, u kterých uvádí, že nejsou testovány na zvířatech. Dle této skutečnosti se pak zákazník chybně domnívá, že to, co není testováno na zvířatech, je svým způsobem ohleduplné k životnímu prostředí, a tím pádem i zdraví prospěšné.
- Firma spolupracuje s charitou nebo s vědeckým výzkumem v rámci daného problému, přičemž sama je hlavním zdrojem vzniku tohoto problému.
- Firma úzce spolupracuje s organizacemi, které ji v očích veřejnosti ospravedlňují.
- Firma se mylně označuje jako „tradiční česká značka“. Tímto se snaží působit jako producent lokálních výrobků z lokálních surovin (Urbanová, 2018).

Je však nutné podotknout, že je zde stále mnoho podnikatelských subjektů, které se pokouší regulovat dopady své podnikatelské činnosti na životní prostředí. Mezi tyto činnosti lze zařadit například rekultivaci prostředí, podporu neziskových organizací, investice do infrastruktury v lokalitě působení či spolupráci s regionální politikou. V konečném důsledku je pak marketingová propagace těchto aktivit hlavním problémem šíření dezinformací v této oblasti (Tříděniópadu.cz, c2007–2022).

2 HOTELNICTVÍ

Počátek ubytovacích služeb úzce souvisí se vznikem směnného obchodu. Obchodníci z celého světa cestovali stovky i tisíce kilometrů s cílem směnit zlato, stříbro, kožešiny, hedvábní a jiné produkty. Účelem ubytovacích zařízení tedy bylo zajistit obchodníkům bezpečí, jídlo, pití a oddech (Křížek, 2011, str. 11).

Dle Křížka (2011, str. 22) se hotelem rozumí „*místo, kde se za úplatu poskytuje (zpravidla krátkodobé) ubytování všem kategoriím hostů. Vedle ubytovacích služeb jsou v závislosti na klasifikaci, respektive v závislosti na zařazení do jakostní třídy poskytovány další služby – stravovací, společensko-zábavní, relaxační, konferenční a obecně všechny služby, které jsou relevantní v této oblasti služeb*“.

2.1 Vývoj hotelnictví

Historie ubytovacích zařízení sahá až do doby po rozpadu římské říše, kdy se římské komunikace začaly využívat při stěhování národů. Mezi prvními cestujícími po těchto cestách byly převážně panovnické družiny. Nejčastějším důvodem k uskutečňování cest byla jednoznačně návštěva Svaté země. V průběhu 10. století se v rámci šíření křesťanství objevovalo na cestách stále více poutníků, přičemž začátek 13. století představoval počátek výrazného rozvoje cestovního ruchu. Cestujícími již nebyli pouze poutníci či řeholníci, ale i obchodující měšťané či poslové panovníků, obstarávající diplomatické záležitosti. Z tohoto důvodu se začala budovat taková zařízení, jejichž hlavní úlohou bylo poskytovat ubytování (Křížek, 2011, str. 12). Například v Čechách se stalo ubytování panských poslů zemskou povinností. Původní středověké cestopisy jsou dnes hlavním svědectvím o formě ubytovacích zařízení, například cestopis Marka Póla popisuje ubytování v dalekých exotických zemích. Prvním příkladem ubytovacího zařízení jsou kláštery, které byly ve středověku určeny nejen pro vzdělávání, ale i pro pohostinství. Klášterní pohostinnost využívali poutníci, šlechtické družiny, kupci, studenti či společenská vyhoštěnci. Židovské obce měly v podobném smyslu povinnost vybudovat u synagog tzv. útulky pro osoby židovského vyznání. Další možností ubytování cestujících byly tehdejší špitály, označované mnohdy jako hospitia. Ta byla budována především za účelem péče o staré, sirotky a hlavně o nemocné lidi, což představovalo riziko pro cestující, neboť hrozil přenos nákazy od nemocných. Naopak velkou výhodou byla jejich rozlehlá síť. Například na cestě do Říma byl špitál vybudován na každém pátém kilometru (Křížek, 2011, str. 12–13). Od 14. století se začaly ve městech budovat zájezdní hostince, jejichž hlavním účelem bylo nejen

poskytovat ubytování, ale i stravu. V tomto období se začínají objevovat první typy značení, v podobě malovaných štítů se jménem hostince či jeho majitele. Jejich význam byl především informativní. Např. symbol věnce označoval právo k čepování piva nebo vína. Naopak symbol kola zase informoval návštěvníka o možnosti ubytování. To však v zájezdních hostincích nepředstavovalo nijak velký luxus. Zajímavostí je i skutečnost, že hostinské povolení se dědilo a zároveň bylo právoplatným majetkem rodu. Součástí zájezdního hostince bylo i hospodářství, jež hostinec zásobovalo základními potravinami. První typ hotelu, jenž je známý dodnes, se začal formovat až v polovině 19. století. Jeho vznik byl zapříčiněn především rychlou výstavbou železniční infrastruktury. Z tohoto důvodu se první hotely začaly stavět právě u velkých železničních nádraží. V té době představovaly hotely pýchu měst a velkých metropolí, přičemž každý hotel byl jedinečný svým architektonickým zpracováním. Postupem času se začaly klást požadavky nejen na hygienu provozu, ale i na způsobilost personálu či speciální povolení na skladbu podávaných nápojů. Ve Spojených státech amerických se díky přistěhovalecké vlně začaly formovat společnosti, které vlastnily velké množství hotelů a které mají v dnešní době podobu tzv. „hotelových sítí“. Spolu s tím vznikaly rovněž i první penziony či spací vagony proslulé společnosti Pullman či světově známý evropský Orient-Express (Křížek, 2011, str. 14–16).

2.2 Členění ubytovacích zařízení

Rozlišujeme mnoho druhů ubytovacích zařízení, které se člení následovně:

- 1) Z hlediska sezónnosti rozlišujeme ubytovací zařízení celoroční, která jsou v provozu po celý rok (např. hotel, motel, penzion), a sezónní, která jsou v provozu maximálně 9 měsíců v roce. Sezónní ubytovací zařízení bývají zpravidla vytížena nejvíce v letních měsících. V porovnání s celoročními ubytovacími zařízeními jsou méně náročná na provoz, neboť disponují pouze základním vybavením a obvykle nejsou vytápěná.
- 2) Z hlediska druhu rozlišujeme ubytovací zařízení na hotelové (např. hotel, motel, hotel, penzion) a nehotelové – tzv. para hotelové (např. chatová oblast, kemp, turistická ubytovna, tábor).
- 3) Z hlediska velikosti rozlišujeme ubytovací zařízení na malé hotely (do 100 lůžek), středně velké hotely (od 101 do 250 lůžek) a velké hotely (nad 250 lůžek) (Gúčik, 2010, str. 194–195).

2.3 Kategorizace ubytovacích zařízení

Pojem kategorizace představuje rozdělení ubytovacích zařízení na jednotlivé druhy ubytování. Hlavním kritériem pro zařazení do jednotlivých kategorií je druh poskytovaných služeb spolu se způsobem, jakým jsou služby poskytovány (Beránek, 2013, str. 23).

Ubytovací zařízení tedy rozlišujeme dle kategorizace následovně:

- hotel – ubytovací zařízení s recepcí, určené pro poskytování dočasného ubytování a jiných služeb, zejména služeb stravovacích,
- hotel garni – ubytovací zařízení s recepcí, určené pro poskytování dočasného ubytování a poskytování stravovacích služeb ve vymezeném rozsahu (nabízející pouze snídaně),
- motel – ubytovací zařízení vyhrazené především pro motoristy, nacházející se v těsné blízkosti pozemních komunikací a s možností parkování,
- penzion – ubytovací zařízení poskytující ubytování na více než jednu noc a nabízející služby stravování pouze ubytovaným hostům,
- horská chata – turistické ubytovací zařízení nacházející se ve vzdálených horských oblastech, poskytující ubytování horským turistům či horolezcům (Beránek, 2013, str. 23).

Dle specifických charakteristik, jako je například poloha, uspořádání, zvláštní služby, nabídka volnočasových aktivit a jiné, lze ubytovací zařízení rozdělit následovně:

- Lázeňský/Spa hotel – ubytovací zařízení nacházející se v místě se statutem lázeňského místa dle zákona č. 164/2001 Sb. (lázeňský zákon), nabízející vlastní léčebné procedury a zajišťující lázeňskou péči dle § 33 zák. č. 48/1997 Sb. (Beránek, 2013, str. 23).
- Lázeňský hotel garni – ubytovací zařízení splňující nároky na hotel garni, nacházející se v lázeňském místě a zajišťující lázeňskou péči.
- Botel – ubytovací zařízení nacházející se v přístavu, umístěné na permanentně zakotvené osobní lodi.
- Depandance – vedlejší budova ubytovacího zařízení, která nedisponuje vlastní recepcí a je organizačně sjednocena s hlavním ubytovacím zařízením, přičemž nesmí být od hlavního ubytovacího zařízení vzdálena více než 500 metrů.

- Ekohotel – ubytovací zařízení, kterému byl udělen certifikát „Ekologicky šetrná služba“, a jež musí z toho důvodu dodržovat striktní kritéria. Certifikace je garantována Ministerstvem životního prostředí a zaměřuje se na spotřebu vody, energií a produkci odpadů.
- Wellness hotel – ubytovací zařízení splňující všechny požadavky pro kategorii hotel 3* až 5* a poskytující služby wellness.
- Resort/golf resort – ubytovací zařízení splňující požadavky pro kategorii hotel 3* až 5*, sjednocující uzavřený komplex staveb, přičemž recepce i restaurace se mohou nacházet mimo hlavní ubytovací část. Hlavním účelem resortu je poskytování společensko-kulturních a sportovních akcí hostům.
- Tranzitní hotel – ubytovací zařízení poskytující ubytování pouze k přenocování v rámci zastávky před cestou do jiné destinace, nacházející se nejčastěji v blízkosti letišť (Beránek, 2013, str. 23–24).

2.4 Klasifikace ubytovacích zařízení

Termín klasifikace definuje minimální požadavky, které musí konkrétní ubytovací zařízení splňovat. Následně je po splnění těchto konkrétních požadavků ubytovacímu zařízení udělen certifikát a klasifikační znak dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení. Klasifikační znak má mnohdy podobu samolepky s příslušným počtem hvězdiček. Jeho hlavním účelem je zajištění požadované kvality ubytování a s tím spojených služeb hostům a hotelovým zprostředkovatelům (cestovním kancelářím). Certifikát a klasifikační znak se udělují ubytovacímu zařízení dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky, a to pro kategorii hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel (Beránek, 2013, str. 24–25). Je však nutné podotknout, že na základě odlišných kulturních a geografických rozdílů se jednotlivé klasifikační systémy v mnoha státech výrazně odlišují. Tento fakt následně ovlivňuje orientaci účastníků cestovního ruchu při rozhodování o samotném výběru ubytovacího zařízení. Jako příklad lze uvést tříhvězdičkový hotel v České republice, jehož kvalita a rozsah služeb se mohou podstatně lišit od tříhvězdičkového hotelu v zahraničí. Problematikou sjednocení a harmonizace klasifikačního systému ubytovacích zařízení se zabývá mezinárodní profesní organizace HORTEC, jejímž cílem je zavedení evropské a mezinárodní hotelové klasifikace. V České republice se touto problematikou zabývá Asociace hotelů a restaurací ČR a organizace UNIHOST. Spolu s pomocí Ministerstva pro

místní rozvoj a České centrály cestovního ruchu vytvořily tzv. Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky, která je zároveň součástí mezinárodního střeoevropského systému Hotelstars Union. Tento systém používá identická hodnotící kritéria pro ubytovací zařízení nejen na území České republiky, ale i na území Rakouska, Německa, Nizozemska, Švýcarska, Maďarska, Švédska, Estonska, Lucemburska, Litvy a Lotyšska (Beránek, 2013, str. 25–26). Klasifikační komise může dle rozsahu a kvality poskytovaných ubytovacích služeb udělit maximálně 1–5 hvězdiček v kategorii hotel a maximálně 4 hvězdičky v kategorii motel a penzion. Na základě množství hvězdiček definujeme tyto třídy ubytování:

- třída Tourist * (1 hvězdička),
- třída Economy ** (2 hvězdičky),
- třída Standard *** (3 hvězdičky),
- třída First Class **** (4 hvězdičky),
- třída Luxury ***** (5 hvězdiček) (Beránek, 2013, str. 26).

3 UPLATŇOVÁNÍ ENVIRONMENTÁLNÍHO ŘÍZENÍ V HOTELU

Při výstavbě ubytovacího zařízení a jeho následném provozu je povinností dodržovat obecná legislativní nařízení vztahující se k ochraně životního prostředí. Zavedení udržitelných praktik v hotelu je však zcela dobrovolné (Křížek, 2011, str. 162). Dodržování konkrétních praktik šetrných k životnímu prostředí lze vnímat jako jednu z hlavních cest, jak dosáhnout udržitelnosti v hotelovém provozu. Oxenswärdh (2020, str. 207) ve svém článku uvádí, že mnoho hotelových manažerů je přesvědčeno o důležitosti zavedení strategie pro udržitelné chování hotelu, avšak většina z nich doposud nezavedla žádná konkrétní opatření pro dosažení tohoto cíle. Na základě výzkumu uvedeném v tomto článku lze uvést jako nejčastěji prováděné hotelové praktiky například třídění odpadu, efektivní využívání vody a energií, nabídku potravin pocházejících pouze od místních dodavatelů a výrobců, cedulky informující hosty o udržitelných praktikách hotelu či pravidelné školení zaměstnanců v rámci ochrany životního prostředí (Oxenswärdh, 2020, str. 208).

Silva (2021, str. 4) ve svém výzkumu následně doplňuje výše zmíněné udržitelné praktiky například o používání úklidových prostředků šetrných k životnímu prostředí. Dále uvádí, že některé hotely instalují pro úsporu energií solární panely, úsporné LED osvětlení se senzory pohybu, systém karet od pokoje pro zapnutí elektřiny či technologie spořicí vodu, jako například speciální úsporné baterie, sprchové hlavice apod.

Kladný vztah k ochraně životního prostředí umožňuje hotelu zapojit se do tzv. dobrovolných systémů ochrany životního prostředí, jejichž příklady jsou uvedeny níže.

ECEAT – Evropské Centrum pro eko-agro turistiku – nevládní organizace zaměřující se převážně na udržitelný cestovní ruch. Jejím cílem je připravovat projekty pro jednotlivé subjekty, ať už podnikatele, veřejnou správu, či vládní instituce, jež mají inovativní a rozvojový směr. Zároveň je tvůrcem produktů cestovního ruchu, které respektují ochranu životního prostředí ve všech směrech (Křížek, 2011, str. 162).

EMS – Systémy environmentálního řízení – systémy, jež přináší podniku podněty k nepřetržitému zlepšování jeho environmentálního chování, a to na základě sledování, řízení či postupného snižování dopadů podnikových činností. Obrovskou výhodou zavedení systému EMS je přínos v podobě úspor na celkových provozních nákladech podniku. Pomáhá ke zlepšení vnitropodnikové komunikace, poskytuje důkladnější vymezení pravomocí a odpovědností (Křížek, 2011, str. 162–163). Dále představuje pro podnik

konkurenční výhodu a v neposlední řadě posiluje vztahy s obchodními partnery či veřejnou správou.

EMAS – Systém řízení podniku a auditů z hlediska ochrany životního prostředí – tento druh systému je využíván v rámci Evropské hospodářské zóny, a to již od roku 1995. V souvislosti se zařazením podniku do systému EMAS je nutné splňovat konkrétní požadavky týkající se ochrany životního prostředí (Křížek, 2011, str. 163–164).

3.1 Odpovědnost hotelu vůči životnímu prostředí

Zelený hotel představuje zvláštní typ hotelu, jehož prioritou je ohleduplnost a odpovědnost vůči životnímu prostředí. Využívá při tom elektřinu, vodu, materiál a suroviny takovým způsobem, aby nedošlo k narušení kvality poskytovaných služeb. Cílem těchto hotelů není pouze samotná ochrana životního prostředí, ale i celková minimalizace nákladů v rámci hotelového provozu, jež s tím úzce souvisí (Šefčík, 2017, str. 76).

Zvláštním typem zeleného hotelu jsou tzv. bio hotely či eko resorty. Bio hotel je představitelem specifického druhu ubytovacího zařízení, využívající přírodní prvky a materiál nejen při samotné výstavbě ubytovacího zařízení, ale následně i ve vybavení a v provozu. Zároveň nabízí v rámci ubytování i stravu, která je pouze z bioproduktů. Nachází se v kvalitou odpovídajícím životním prostředí a realizuje green management (Zelenka, 2012, str. 65). Podobně jako bio hotel je i eko resort zvláštním typem ubytovacího zařízení, které je orientované na ekologický design. Typické je používání lokálních materiálů a surovin pro výstavbu zařízení, přičemž podmínkou je „zasazení“ areálu do přírodního prostředí. Respektuje životní prostředí a podporuje specifické druhy udržitelného CR (Zelenka, 2012, str. 134).

První společností, která uvedla na trh prototyp zeleného hotelu, je celosvětově známá hotelová síť Marriott International. Tento prototyp zeleného hotelu byl schválen certifikátem US Green Building Council's LEED. V tvorbě zelených hotelů následně pokračovaly i společnosti Hilton Worldwide, IHG, Mandarin Oriental Hotel Group, Swissotel Hotels and Resorts, které byly schváleny certifikáty GRI. Všechny tyto hotely patří mezi světové lídry v hotelovém průmyslu. Díky tomu lze udržitelnost v hotelovém průmyslu označit jako poměrně důležitý faktor budoucího vývoje společnosti (Gardetti, c2016, str. 37).

Níže jsou uvedeny příklady udržitelného chování, díky kterým mohou hotely snižovat spotřebu a spolu s ní i dopad na životní prostředí:

- snižování spotřeby energie: zavedení úsporného LED osvětlení, zateplení budov, instalace časovače pro automatické vypnutí světel, používání úsporných elektrických spotřebičů, využívání denního světla,
- snižování spotřeby vody: používání úsporných praček a myček, duální splachování záchodů, instalace časovače na zavlažování zeleně, instalace spořiče vody na vodovodní baterii,
- snižování produkce odpadu: kompostování, snižování spotřeby obalů díky množstevním nákupům, používání dávkovače mýdla, šamponu a sprchového gelu, recyklace odpadu, užívání znovunabíjecích baterií, užívání čistících prostředků bez chemie, používání čističky odpadních vod (Šefčík, 2017, str. 77).

Podle MMR (b. r.) roste v posledních několika letech v zemích Evropské unie ze strany ubytovacích zařízení zájem o ekologické certifikace či jiná značení charakterizující ekologicky šetrné služby. Hlavním důvodem je nejenom zájem zákazníků o šetrné ubytovací služby, ale i fakt, že toto označení bylo v minulosti využíváno zejména pro výrobky, nikoliv pro služby. Z hlediska oblíbenosti lze konstatovat, že největší popularitě se ekologicky šetrná ubytovací zařízení těší v těch zemích, v nichž je vyvinutější tradice produkce a nákupu ekologických produktů či potravin. Mezi tyto země se řadí například Německo, Nizozemsko, Rakousko a Itálie. V České republice se v posledních několika letech zvyšuje zájem nejen o ekologické výrobky a potraviny, ale postupně i o služby poskytované prostřednictvím šetrných ubytovacích zařízení.

3.2 Vnímání udržitelného chování hotelů spotřebitelem

Postupem času si lidé začínají stále více uvědomovat, jak činnosti lidského chování ovlivňují stav a kvalitu životního prostředí. Podle dostupných průzkumů je zřejmé, že právě hotelový průmysl je jedním z hlavních „průkopníků“ v plýtvání a poškozování životního prostředí. V důsledku toho přibývá množství lidí, kteří preferují služby takových ubytovacích zařízení, která dodržují zásady udržitelného rozvoje (Manaktola, 2007). V reakci na tento fakt Silva (2021, str. 5) dodává, že právě narůstající nátlak na ubytovací zařízení pro zavedení environmentálních opatření ze strany ekologicky uvědomělých zákazníků je jedním z hlavních důvodů, proč stále více ubytovacích zařízení přistupuje k zavedení těchto praktik. Tento fakt potvrzuje ve své knize i Vajčnerová (2017, str. 74), která říká, že „*hlavním důvodem pro zavedení zásad udržitelného cestovního ruchu v podniku je fakt, že garanci, že*

se podnik chová odpovědně či udržitelně, stále častěji vyžaduje zákazník. Proto se řada zejména ubytovacích kapacit po celém světě snaží dát o svých „udržitelnostních“ kvalitách vědět zákazníkům a mít tak náskok před konkurencí“.

Aznar a kolektiv (2016, str. 3) konstatují, že hotely uplatňující udržitelné praktiky disponují významnou konkurenční výhodou, neboť dle studií si hosté raději připlatí za hotel, který viditelně prokazuje snahu snižovat svůj dopad na životní prostředí. Zavedením udržitelných praktik proto získává hotel poměrně významnou konkurenční výhodu na trhu. Ta může na jednu stranu přinést i skvělé základy pro úspěšnou marketingovou strategii. Na druhou stranu lze tyto praktiky chápat i jako jakýsi prostředek, díky kterému se hotel dobrovolně vzdává svých nadprůměrných budoucích zisků, neboť je určitým způsobem limitován kapacitou. Zavedení udržitelných praktik však zajistí hotelu existenci nabídky a poptávky do budoucna (Edgell, 2020, str. 203). Aznar a kolektiv (2016, str. 8) navíc provedli průzkum, na základě kterého bylo potvrzeno, že hotely s ekologickou certifikací mají vyšší zisk než hotely bez certifikace. Nicméně tato skutečnost je závislá na řadě dalších faktorů, jako je například geografické umístění hotelu.

Silva (2021, str. 5–6) ve svém článku uvádí, že ohleduplnost hotelu vůči životnímu prostředí je důležitá pro získání respektu a věrnosti nejen svých zákazníků, ale i široké veřejnosti, díky které pak lze snadněji posilnit vztahy s místními obyvateli.

Studie taktéž potvrzují, že zákazník ve většině případů preferuje výběr právě „eco-friendly“ ubytovacího zařízení před ubytovacím zařízením, které nerespektuje životní prostředí. Chování zákazníků při tomto rozhodování je však podstatně ovlivněno faktory, jako jsou například úroveň vzdělání, věk, pohlaví a samozřejmě i finanční příjem, přičemž je důležité podotknout, že právě věk je jedním z nejvíce ovlivňujících faktorů při výběru ekologičtější varianty hotelu. Kubíčková (2014) ve své práci zmiňuje zásadní význam jedné generace lidí, známé jako generace Y. Jedná se o skupinu obyvatelstva narozenou po roce 1982, která je aktuálně nejsilnější generací na trhu práce a která tvoří největší část spotřebitelů ubytovacích služeb. Díky relativně vyššímu disponibilnímu příjmu oproti předešlým generacím je tato skupina populace více zcestovalejší, a zároveň si může dovolit využívat rozsáhlé služby hotelového průmyslu.

Manaktola (2017) ve svém článku uvádí fakt, že existují i takoví zákazníci, kteří jsou ochotni si připlatit o více než 5 % za služby ubytovacího zařízení, které je šetrné k životnímu prostředí. Do budoucna lze proto očekávat, že poptávka po udržitelných ubytovacích

zařízeních bude stoupat, neboť mladší generace je v porovnání s generací Y lépe informovaná o dopadech lidské činnosti na životní prostředí, a díky tomu má i větší tendence k šetrnému environmentálnímu chování. Existenci zákazníků ochotných zaplatit daleko vyšší cenu za hotel šetrný k životnímu prostředí potvrzuje i Silva (2021, str. 6), která navíc uvádí, že postupně narůstá množství zákazníků cíleně vyhledávajících hotely tohoto typu.

Některé hotely své hosty dokonce odměňují v případě, že v průběhu pobytu nevyžadují výměnu ručníků a každodenní úklid pokoje (Baynova, 2019). Na základě článku Manaktoly (2017) uvedlo až 71 % dotázaných, že by byli rádi odměněni za pobyt v hotelu šetrném k životnímu prostředí.

Podle Kubičkové (2014) je však důležité neopomíjet samotnou image, jakou se hotel prezentuje, neboť právě ta je hlavním klíčem k úspěchu. Dle její studie se však ukázalo, že pouze 28,8 % dotázaných lidí si uvědomovalo, že svůj pobyt tráví v ekologicky šetrném ubytovacím zařízení. Pro zvýšení povědomí hostů o environmentálních opatřeních v hotelu se na základě studií provádí slovní informování hostů, prostřednictvím pověřených zaměstnanců či skrze informace poskytnuté na jednotlivých pokojích hotelu, které upozorňují hosty na vědomé užívání vody a elektřiny v průběhu pobytu (Silva, 2021, str. 12). Stejně tak zvyšování povědomí o praktikované udržitelnosti v hotelu prostřednictvím různých ocenění, vystavením loga či uvedením na webové stránky může mít pro hotel významně pozitivní vliv. S rostoucím zájmem lidí o péči o životní prostředí je proto důležité, aby hoteliéři přistoupili na udržitelné praktiky, a díky tomu si zajistili budoucí úspěch v tomto odvětví.

3.3 Green management

Provozování hotelu nebo restaurace představuje pro životní prostředí obrovskou zátěž, neboť hotelový či restaurační provoz je obecně považován za významného znečišťovatele. Beránek (2013, str. 246) ve své knize označuje green management jako „*filozofii, technologii a metodiku řízení hotelu zaměřenou na optimalizaci vlivu hotelového provozu na životní prostředí. Mezi hlavní cíle green managementu patří šetrné nakládání s materiálem, energiemi a dalšími zdroji, úsporný provoz a redukce faktorů zatěžujících životní prostředí*“.

Green management představuje moderní hotelový trend dnešní doby, související mnohdy s prosazováním například zdravého životního stylu, zvyšující se poptávkou po lokálních produktech, biopotravinách, ekoturistice apod. Samotná problematika ekologie, udržitelnosti a společenské odpovědnosti se v poslední době stává rozhodujícím faktorem

hotelových hostů, přičemž uplatnění ekologických přístupů může hotelu přinést i řadu jiných přínosů. Cílem celého konceptu green managementu je dosáhnout požadované kvality nabízených služeb bez toho, aniž by bylo zásadním způsobem ovlivněno životní prostředí. Například technologická opatření, díky kterým lze omezit spotřebu vody a energií, pomáhají výrazně snížit náklady na provoz hotelu. Spolu s tím lze green management použít i jako efektivní nástroj marketingu při konkurenčním boji. Na druhou stranu s sebou green management přináší celou řadu investičních nákladů, se kterými je nutné v počátku zavedení této koncepce kalkulovat (Beránek, 2013, str. 246–247).

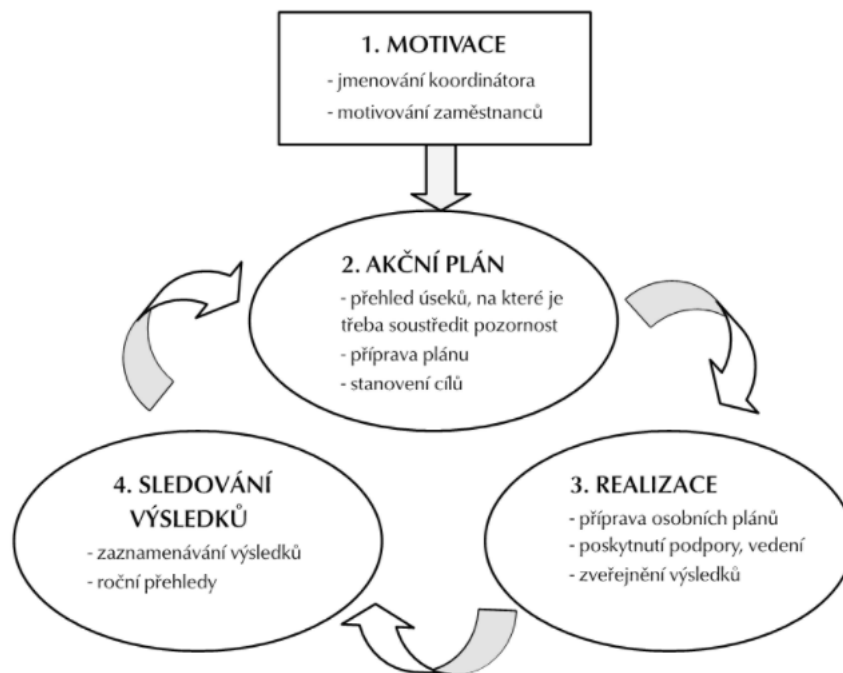
3.4 Aplikace green managementu v hotelu

Pro zavedení zeleného programu v hotelu je především nutné zvolit tým pracovníků, který bude zodpovědný za konkrétní sektor v hotelu. Vedoucí člen tohoto týmu se seznámí s jednotlivými nutnostmi v rámci Systému environmentálního řízení (EMS) a následně určí a kvantifikuje environmentální aspekty připadající na konkrétní střediska. Je však důležité neopomenout finanční náročnost, přičemž je nutné posoudit význam přínosů jednotlivých aspektů a stejně tak i určit, kdy má být těchto výsledků dosaženo. Každému členu v týmu je přiřazen alespoň jeden cíl tohoto programu (Křížek, 2011, str.163–164).

Dle Beránka (2013, str. 247) představuje „*green management pro hotel dlouhodobý závazek a souhrnný proces, který probíhá v několika fázích*“:

- 1) Motivace – nejprve je nutné určit osobu, která bude zodpovědná za dodržování green managementu v hotelu. Spolu s tím je nutné představit nový koncept hotelu také všem ostatním zaměstnancům, učít je, motivovat a zároveň jím přiblížit samotnou problematiku ochrany životního prostředí v souvislosti s hotelnictvím a cestovním ruchem.
- 2) Plánování akce – tato fáze vyžaduje maximální povědomí zaměstnanců o problematice ekologického řízení. Bez toho prakticky nelze přistoupit k analýze současného stavu, tvorbě návrhů na zlepšení a přípravu plánu.
- 3) Realizace – nejsložitější fáze celého procesu green managementu, která se zaměřuje na přípravu plánů pro zaměstnance na jednotlivých pozicích. Definuje jednotlivé úkoly, které by měli zaměstnanci v rámci ekologie plnit. Součástí této fáze je i průběžné informování zaměstnanců o vývoji jejich úsilí nebo například o změnách v oblasti úspor energií či snižování míry odpadu. Zpětná vazba zaměstnancům je v této fázi klíčová.

4) Sledování výsledků – fáze monitoringu a hodnocení dosažených cílů. Pokud dojde k nalezení chyby, je nutné přistoupit k nápravným opatřením (Beránek, 2013, str. 247).



Obrázek 3 Fáze green managementu (Beránek, 2013, str. 248)

Křížek (2011, str. 164–165) definuje tato opatření související s konceptem green managementu ve své knize následovně:

- Cílem je dosáhnout úspěšnosti všech v praxi zavedených ekologických opatření.
- Adaptovat se na nová, zákonem ustanovená opatření vztahující se k ochraně životního prostředí.
- Dbát na snižování celkové spotřeby vody, energie a materiálů.
- Dbát na snižování tvorby odpadu, recyklovat či opětovně využívat zdroje.
- Dbát na snižování tvorby znečištění.
- Informovat své dodavatele, partnery a zákazníky o zavedení šetrného chování v provozu a přizvat je k podílení se na tomto úsilí.
- Informovat veřejnost o ochraně životního prostředí prostřednictvím masmédií.
- Vzdělávat a školit zaměstnance v problematice ochrany životního prostředí.
- Dbát na plnění jednotlivých kroků k dosažení stanovených cílů a výsledky sdílet se zainteresovanými stranami.

- Průběžně sledovat a vyhodnocovat následky uskutečňovaných opatření a následně je porovnávat s plány, úkoly a cíli (Křížek, 2011, str. 164–165).

Příklady ochrany životního prostředí z praxe: třídění odpadu, používání ekologicky šetrných prostředků, používání recyklovaného toaletního papíru, používání recyklovaného kancelářského papíru, oboustranný tisk, použití nátěrových hmot a materiálů s minimálním množstvím těkavých látek, speciální třídění odpadu (zářivky, tonery, akumulátory, zbytky nebezpečných látek a jejich obaly), třídění biologického odpadu, omezovače průtoku vody hlavic sprch, dvoustupňové splachovací zařízení, instalace úsporných zdrojů světla, tepelná čerpadla, solární články, centrální spínače osvětlení do pokojů, inteligentní systém měření a regulace pro celou budovu, zachycovač tuků u kuchyňského provozu apod. (Křížek, 2011, str.165–166).

3.5 ČSN EN ISO 14001

ISO 14001 představuje mezinárodní normu pro systémy environmentálního managementu. Jedná se o nejpoužívanější normu v rámci EMS na světě, jejímž cílem je zajistit dodržování environmentálních aspektů, zabezpečit soulad s právními předpisy, a díky tomu snižovat dopad působení podnikatelských subjektů na přírodní prostředí (Nqa, c2021). Norma jasně definuje požadavky, které pomáhají podnikatelskému subjektu k dosažení požadovaných cílů v rámci systému environmentálního managementu, a zároveň přispívá k udržitelnému rozvoji.

Pro zavedení normy ISO 14001 je nutné splňovat následující požadavky:

- Založit environmentální politiku v příslušném podnikatelském subjektu.
- V rámci systému EMS identifikovat veškeré činnosti, služby a produkty, které mají určitý vliv na environmentální řízení.
- Definovat všechny požadavky a právní předpisy související s podnikatelským subjektem.
- Stanovit zásadní cíle a priority v oblasti environmentálního řízení.
- Stanovit kroky na adaptaci systému v případě změn podmínek.
- V rámci systému EMS realizovat plánování, monitorování, řízení, přezkoumávání a přijímání opatření, jež budou respektovat stanovenou environmentální politiku daného podnikatelského subjektu (Fildán, 2016, str. 29).

K normě ISO 14001 se vztahuje i norma ISO 14004, která je všeobecnou směrnicí doplňující příslušné metody, principy a systémy. Zabývá se zejména založením, aplikací, průběžným vylepšováním a také budoucím zachováním systému EMS (Nqa, c2021).

3.6 Ekologická certifikace

V rámci green managementu jsou hotely oceňovány certifikáty, které garantují, že nabízené služby ubytovacího zařízení jsou ekologicky šetrné k přírodě a že provoz dbá na ochranu zdraví nejen svých hostů, ale i zaměstnanců. Jedná se o tzv. ecolabelling. Získání certifikátu je podmíněno splněním konkrétních požadavků. Dle Beránka (2013, str. 249) lze jako nejznámější systémy ekologické certifikace označit následující:

EMS – jak již bylo řečeno v úvodu, jedná se o Systémy environmentálního řízení, soustředící se na aktivity a opatření, která pomáhají snižovat negativní vlivy organizace na životní prostředí. Typickými nástroji EMS jsou environmentální audit, monitorování, prevence a zlepšování environmentálního profilu organizace. Výhodou je jeho schopnost využití ve všech odvětvích, včetně hotelnictví (Beránek, 2013, str. 249).

The Flower (Evropská květina) – oficiální evropská ekoznačka, kterou jsou oceňováni výrobci a poskytovatelé služeb všech oborů, kromě výroby potravin a léků. V rámci ubytovacích služeb vymezuje dvě kategorie, a to turistické ubytovací služby a ubytovací služby kempů (Beránek, 2013, str. 250).



Obrázek 4 Ekologická značka „The Flower“ (Nazeleno.cz, c2018–2022)

Ekologicky šetrná služba – oficiální ekoznačka Ministerstva životního prostředí, jejíž udělování má v plné kompetenci Česká informační agentura životního prostředí (CENIA). V rámci hotelových služeb je vymezena kategorie Ubytovací služby pro turisty (Beránek, 2013, str. 250).



Obrázek 5 Ekologická značka „Ekologicky šetrná služba“ (Nazeleno.cz, c2018–2022)

LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) – mezinárodní systém certifikace ekologicky šetrných staveb.

Velkou nevýhodou získání těchto certifikátů je jejich finanční náročnost, která představuje investice nejen do samotných opatření pro splnění velice přísných podmínek certifikace, ale i poplatky za samotnou certifikaci. Další nevýhodou představuje i poměrně nízká informovanost veřejnosti o ekoznačkách, a kvůli níž nelze využít plný potenciál certifikace z hlediska propagace (Beránek, 2013, str. 250).

3.7 Působení cestovního ruchu na životní prostředí

Je všeobecně známo, že jakékoliv činnosti spojené s rozvojem cestovního ruchu a jiných turistických aktivit mohou v konečném důsledku přispět ke zničení okolní krajiny. Kromě změny základního vzhledu a fungování krajiny to může přispět i k dalším problémům životního prostředí, jako je například narušení stanovišť rostlin a živočichů, fragmentace ekosystémů a snížení biologické rozmanitosti (Nelson, 2017, str. 237).

Soubor všech změn vyvolaných působením vysoké míry cestovního ruchu v konkrétní lokalitě označujeme jako tzv. turistické znečištění. Výsledkem turistického znečištění může být znehodnocení potenciálu území pro další rozvoj cestovního ruchu. V mnoha případech, kdy dochází k přímým dopadům aktivit cestovního ruchu na okolí, je hlavním viníkem právě cestovní ruch. Avšak mnohdy se na turistickém znečištění podílejí i jiná ekonomická odvětví. V důsledku toho může docházet k zavlečení chemických, fyzikálních či biologických činitelů do složek přírodního prostředí. Spolu s činností místních obyvatel, zemědělstvím, průmyslem aj. se tak cestovní ruch podílí na změnách přírodního prostředí jen částečně.

V souvislosti s turistickým znečištěním je nutné zmínit i emise, které představují proces, při němž dochází k uvolňování látek a energií do ovzduší, a to primárně ze zdrojů způsobujících znečištění. Cestovní ruch je významným zdrojem emisí, produkováných například leteckou a silniční dopravou, provozováním zábavních parků a dalších zařízení cestovního ruchu. S emisemi úzce souvisí i vznik smogu, který je následkem vysoké koncentrace látek v ovzduší v kombinaci s klimatickými podmínkami. Stejně tak je nutné zmínit i znečišťování povrchových a podzemních vod či rostoucí hluk v lokalitách, kde dochází k značnému nárůstu počtu návštěvníků (Křížek, 2011, str. 171).

Cestovní ruch dále přispívá ke vzniku erozí. Eroze lze definovat jako určitý způsob narušování horní vrstvy půdy, ke kterému dochází zejména působením větru, vody, sněhu či činností živých organismů, včetně lidí. Jako typické příklady aktivit cestovního ruchu vedoucí ke vzniku erozí lze uvést například rozšiřování a prohlubování cest, obrušování povrchu památek chůzí a dotyky, prošlapávání nových cest, horolezecká činnost, budování nové infrastruktury ČR atd. (Křížek, 2011, str. 171).

Složky životního prostředí jsou cestovním ruchem ovlivněny mimo jiné i roznášením tzv. alochtogenních druhů. Jedná se o nepůvodní druhy rostlin a živočichů, které jsou často nevědomě zavlečeny na území prostřednictvím návštěvníků či provozovatelů cestovního ruchu. Různé mikroorganismy, zárodky, semena rostlin a drobní živočichové ulpí například na oděvu, na botách, v trávícím traktu, eventuálně na povrchu dopravních prostředků, a následně jsou rozneseny do nepůvodního prostředí (Pásková, 2009, str. 45–46). Je však nutné podotknout, že se vyskytují i případy, kdy jsou nepůvodní druhy zavlečeny na území zcela vědomě, a to za účelem zvýšení samotné atraktivity území. Typickým příkladem zavlečení nepůvodních druhů jsou botanické zahrady, zoologické zahrady aj.

Mezi turisty se najdou i vandalové, kteří zcela záměrně ničí přírodní a skalní útvary, poškozují vzácné živočišné a rostlinné druhy, sbírají vzácné horniny, nerosty a rostliny. Turistický vandalismus je velice častým projevem neúcty k dané lokalitě a v mnoha případech je spojován i s tzv. „honem za suvenýry“ (Pásková, 2009, str. 46).

3.8 Působení výstavby ubytovacích zařízení na urbanistiku

V důsledku rozvoje cestovního ruchu v turisticky oblíbených destinacích, a s tím související výstavbou nových ubytovacích zařízení, dochází k postupnému utlačování všech dosavadních funkcí destinace. Do popředí se dostávají činnosti komerční, orientované zejména na nabídku služeb cestovního ruchu. Dalším následkem je i nárůst cenové hladiny,

tzv. turistická inflace. Dále omezení dostupnosti zboží denní potřeby, přetížení dopravních cest či veřejných prostranství (Křížek, 2011, str. 174).

Proces, při kterém dochází k vytlačování místního obyvatelstva v důsledku zvyšujícího se zájmu turistů o danou destinaci, označujeme slovem derezidencionalizace. Tento proces je kombinací turistické iritace, marginalizace a turistifikace.

Pojem turistická iritace neboli míra nevraživosti místního obyvatelstva vůči turistům představuje určitý proces v rámci životního cyklu destinace. Charakterizuje postoj místních obyvatel vůči návštěvníkům ve vztahu k měnícímu se typu segmentu (alocentrik, midcentrik, psychocentrik) a forem cestovního ruchu (zpravidla vede od euforie přes apatii, následné otrávenosti a antagonismu vůči návštěvníkům) (Zelenka, 2012, str. 579–580). Marginalizace představuje proces vytlačování místních obyvatel. Týká se zejména obyvatel, kteří se nepodílí žádným způsobem na cestovním ruchu, a proto jsou určitým způsobem vytlačováni z centra destinace na okraj společnosti. Naopak turistifikace se vyznačuje postupným vytlačováním všech hlavních funkcí dané lokality, která se postupně transformuje na destinaci cestovního ruchu. Pro turistifikaci je charakteristické upřednostňování potřeb návštěvníků před potřebami místních obyvatel (Zelenka, 2012, str. 584–585).

4 ANALYTICKÉ METODY PRÁCE

V praktické části této práce je použita SWOT analýza a metoda dotazníkového šetření. Níže jsou obě tyto metody popsány teoreticky.

4.1 SWOT analýza

SWOT analýza představuje nástroj pro identifikaci vnitřního a vnějšího prostředí zkoumaného systému.

4.1.1 Analýza externího prostředí

Cílem externí analýzy je sledovat činitele působící v podnikatelském mikroprostředí, které mohou mít určitý vliv na dosahování zisku. Z tohoto důvodu je nutné neustále sledovat jakékoliv nové trendy a jiné podstatné změny projevující se v okolním prostředí, které mohou být pro podnik nejen hrozbou ale i souborem různých příležitostí. Samotné příležitosti je pak nutné správně identifikovat, využít a zároveň z nich i profitovat (Kotler, 2013, str. 80).

Dle Kotlera (2013, str. 80) se příležitostí chápe „*nabídka něčeho, čeho se na trhu nedostává a nabídka stávajícího výrobku nebo služby, avšak novým nebo lepším způsobem*“.

Naopak hrozbu pro podnik představuje situace, kdy se v rámci nějakého nového trendu či aktuálního vývoje dosáhne razantního poklesu zisku podniku.

4.1.2 Analýza interního prostředí

Analýza interního prostředí bere v úvahu silné a slabé stránky podniku. Cílem je následně po identifikaci všech příležitostí podnikového okolí vyhodnotit potenciál podniku pro samotné využití těchto příležitostí. Dle Kotlera (2013, str. 82) však „*zůstává otázkou, zda by se měl podnik omezovat jen na ty příležitosti, pro které disponuje těmi pravými přednostmi, nebo uvažovat i o těch, pro něž by musela příslušné silné stránky teprve objevit nebo získat*“.

4.2 Dotazníkové šetření

Dotazník patří k nepoužívanějším nástrojům pro sběr primárních dat. Obsahem každého dotazníku je určité množství otázek, vztahujících se ke konkrétní problematice, které jsou předkládány respondentovi s cílem získat soubor názorů, vědomostí, předností či spokojenosti lidí v rámci analyzovaného problému nebo systému. V dnešní době je mnohdy dotazník distribuován online, neboť tato forma distribuce má daleko širší dosah, a sběr

výsledků probíhá jednoduše pomocí e-mailu či webové stránky, na které je dotazník vytvořen (Kotler, 2013, str. 136). Při tvorbě dotazníku je pak nutné dávat pozor na posloupnost otázek a jejich formulaci. Každý dotazník obsahuje sérii buď otevřených otázek, nebo uzavřených, či jejich vzájemnou kombinaci. Uzavřené otázky mají jasně stanovené předpřipravené odpovědi. Naopak otevřené otázky umožňují respondentům odpovědět svými slovy, přičemž tyto odpovědi lépe vystihují subjektivní myšlenky dotázaných lidí (Kotler, 2013, str. 138). Pro sestavení dotazníku je nutné vytvořit takové otázky, které jsou skutečně cílem průzkumu. Není vhodné pokládat zbytečné a nadpočetné otázky, které nejsou pro průzkum důležité. Dále je nutné sestavit otázky tak, aby byl dotazník pro respondenty dostatečně atraktivní, a tím byla zajištěna potřebná odezva. Otázky by měly být kladeny jasně a stručně a délka dotazníku by měla být definovaná v minutách spíše než celkovým počtem otázek (Tahal, 2017, str. 54). Následná analýza získaných dat probíhá za pomoci tabulek, grafů a různých ukazatelů. Důležitá je také samotná prezentace výsledků a zjištěných skutečností (Kotler, 2013, str. 147).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU HOTELU LA FRESCA

Před vytvořením projektu pro zavedení udržitelných praktik je nutné nejdříve provést analýzu současného stavu hotelu. Pro tuto analýzu a následný projekt jsem si vybrala hotel La Fresca v Kroměříži. Bez toho, aniž bychom znali aktuální stav ubytovacího zařízení, nelze efektivním způsobem aplikovat jednotlivé kroky k udržitelnému rozvoji. Cílem této analýzy je tedy určit aktuální vliv vybraného ubytovacího zařízení na životní prostředí.

5.1 Lokalita

Hotel La Fresca je situován v samotném historickém centru města Kroměříž, které bylo vyhlášeno městskou památkovou rezervací. V blízkosti hotelu se nachází restaurace, kavárny a mnoho uměleckých a kulturních památek, jako například Arcibiskupský palác, Kroměřížské muzeum, Biskupská mincovna či komplex zahrad a zámku, pyšníci se zápisem na seznamu UNESCO (Město Kroměříž, b. r.). Od vlakového a autobusového nádraží je hotel vzdálen přibližně 10 minut chůze.

5.2 Charakteristika hotelu

Hotel La Fresca je čtyřhvězdičkový hotel, který lze zařadit dle velikosti do kategorie „malé hotely“. Hotel je navštěvovaný celoročně. Interiér je vybaven originálním nábytkem a uměleckými díly v secesním stylu. Cílovou skupinou klientů jsou zejména lidé ve věku 40 let a více. Cena ubytování v tomto hotelu zahrnuje hotelovou snídani, internetové připojení a městský poplatek. Parkování je hostům umožněno na veřejném parkovišti, chráněném kamerovým systémem, v bezprostřední blízkosti hotelu. Celkem čtyři pokoje jsou bezbariérové. Hotelová služba poskytuje hostům v rámci ubytování úschovu cenných předmětů, snídaneč do postele, praní a žehlení prádla, čištění oděvů, úschovu kol a buzení hostů na přání. Za poplatek je hostům umožněn pobyt se zvířetem. Hotel nabízí doplňkové služby, jako například masáže, infrasaunu, prodej vstupenek, zajištění taxislužby a letenek, apod. Recepce je v provozu 24 hodin denně a celkem zde pracuje 12 zaměstnanců. Zajímavostí je, že se zde v prostorách hotelu natáčely dobové scény z filmu Amadeus. Mimo jiné v roce 2020 vyhrál hotel 2. místo v prestižní soutěži Czech Hotel Awards ve Zlínském kraji.

5.3 Vybavení hotelu

Hotel má k dispozici šest dvoulůžkových pokojů, tři jednolůžkové pokoje a čtyři apartmány. Celkem se v hotelu nachází 26 lůžek. Každý pokoj je vybaven postelí s ergonomickou matrací, Smart televizí, minibarem, psacím stolem, Wi-Fi připojením, fénem a vlastní koupelnou se sprchovým koutem. Cenově se pokoje liší vybavením a umístěním. Zpravidla dražší apartmánové pokoje nabízejí prostornější ubytování s výhledem na historické náměstí a kroměřížský zámek. Apartmány v porovnání s dvoulůžkovými pokoji disponují navíc pohovkou, trezorem pro uchování cenných věcí a kromě sprchového koutu se v koupelně nachází i koupelňová vana. V případě potřeby je hostům zdarma poskytnuta dětská postýlka, za poplatek je pak možné zajistit na pokoji přistýlku. V téměř všech pokojích se nachází klimatizace.

5.4 Služby hotelu

Restaurace hotelu La Fresca nabízí hostům jídla české i mezinárodní kuchyně. Snídaně jsou kontinentálního typu, podávané formou bufetu. Jak již bylo zmíněno, v rámci ubytování je snídaně zdarma, přičemž za poplatek si mohou hosté objednat službu snídaně do postele. Restaurace má k dispozici cca 50 míst k sezení, včetně stolů umístěných na venkovní terase. V rámci stravovacích služeb připravuje restaurace rauty, svatební hostiny, degustace apod. Hosté také mohou využít za poplatek relaxační infrasaunu. V případě zájmu jsou hostům zajištěny masérské služby externí masérkou.

V nabídce hotelu lze najít i různé ubytovací balíčky. Aktuálně hotel nabízí balíček „Láska ve dvou“, jehož součástí je ubytování buď v apartmá, nebo ve dvoulůžkovém pokoji na dvě nebo tři noci. Balíček dále zahrnuje láhev vychlazeného sektu na pokoji, kytici, sladké překvapení a relaxační masáž pro dva (La Fresca, 2022).

5.5 Pilíře udržitelnosti

Koncept trvale udržitelného rozvoje hotelu La Fresca je dále rozdělen do pilířů udržitelnosti neboli pilířů odpovědného podnikání. Cílem této kapitoly je na základě informací poskytnutých z interního zdroje hotelu charakterizovat současný stav a jednotlivé činnosti hotelu, týkající se všech tří pilířů udržitelnosti. Sběr informací uvedených v této kapitole probíhal formou rozhovoru s majitelkou hotelu.

5.5.1 Ekonomický pilíř

Významným faktorem úspěšného podnikání je nejen udržování dobrých vztahů s dodavateli, ale i spolupráce s regionálními podniky. Hotel La Fresca v rámci svých ekonomických aktivit podporuje některé regionální dodavatele. Jedná se například o podnik Kroutil, s. r. o., který zabezpečuje hotelu dovoz vajec a jiných produktů. Dále hotel odebírá 100% přírodní sirupy a limonády od společnosti Koldokol, sídlící ve Starém Hrozenkově. Holešovská společnost Wastex, spol. s r. o., zásobuje hotel čerstvou zeleninou, ovocem a jinými potravinami. Kroměřížská borůvková farma zase dodává hotelu čerstvé borůvky, pěstované s použitím 100% biologické ochrany rostlin (Borůvková farma Postoupky, c2022). Při výběru dodavatelů všech potřebných surovin si hotel pečlivě vybírá nabízenou kvalitu a samozřejmě i spolehlivost. Závazky vůči svým dodavatelům platí hotel vždy včas a dle předepsaných smluvních podmínek.

Samotná propagace hotelu probíhá skrze sociální sítě Facebook a Instagram, na kterých má hotel zřízen vlastní profil. Díky tomu může sdělovat nejnovější informace, plánované akce a budovat dobré vztahy se stálými či potenciálními zákazníky. Dále podporuje společenské události, například poskytnutím věcných darů. Manažerka hotelu se taktéž pravidelně účastní různých podnikatelských setkání. Díky těmto setkáním se posilují vzájemné vztahy s ostatními podnikateli, předávají se důležité informace a udržují osobní kontakty.

5.5.2 Sociální pilíř

Jedním z nejdůležitějších faktorů úspěšného podnikání jsou kvalitní zaměstnanci. Jak již bylo zmíněno v úvodu, hotel zaměstnává celkem 12 zaměstnanců. Ti jsou pravidelně školeni v rámci bezpečnosti práce. Dále je všem zaměstnancům poskytnuto školení komunikačních dovedností, tzv. soft skills, které má za cíl podpořit dobré vztahy mezi jednotlivými zaměstnanci, a zlepšit tak i celkovou pracovní motivaci. Hotel mimo jiné poskytuje svým zaměstnancům různé benefity, například snídaně či pobyt v hotelu zdarma.

Hotel se z hlediska sociálních aspektů angažuje ve spolupráci se základními školami v programu „Vím, čím chci být.“ Majitelka hotelu prostřednictvím přednášek motivuje žáky základních škol k vytvoření jejich vlastní představy o budoucím profesním životě. Stejně tak je i členkou spolku „Můžeš podnikat“, který organizuje semináře pro studenty vysokých škol s cílem motivovat, inspirovat, vzdělávat a bořit mýty o podnikání.

Co se týče organizování veřejných akcí, hotel pravidelně pořádá například degustace vín. Na Mezinárodní den žen ve společenských prostorách hotelu probíhá prodej různých dekorací

a předmětů. Dále hotel pořádá minimálně jednou ročně výstavy obrazů či klavírní představení.

Hotel zároveň podporuje dětský domov v Kroměříži, a to tím způsobem, že část výtěžku ze všech prodaných pobytových balíčků „Vánoční nadílka“ putuje na podporu tohoto dětského domova. Stejně tak i některé vyřazené vybavení hotelu, jako například matrace, deky apod., je následně poskytnuto Městskému útulku pro psy Čápka v Kroměříži.

5.5.3 Environmentální pilíř

V této kapitole je detailněji charakterizováno působení hotelu na životní prostředí, přičemž jednotlivé oblasti jsou rozděleny do konkrétních podkapitol.

5.5.3.1 Energie

Hotel La Fresca spotřeboval za rok 2021 43 070 kWh elektřiny. Denní spotřeba elektřiny tak byla 118 kWh. Tato hodnota je však závislá na obsazenosti hotelu a sezónnosti. Z tohoto důvodu se může v jednotlivé dny výrazně lišit. Dodavatelem elektřiny je Energetická společnost Bidli energie, a. s., která dodává hotelu z 90,4 % elektřinu vyrobenou z neobnovitelných zdrojů. Zbylá část elektřiny pochází z obnovitelných zdrojů v následujícím procentuálním množství:

- podíl elektřiny vyrobené ve vodních zařízeních – 3,5 %,
- podíl elektřiny vyrobené ve větrných zařízeních – 0,7 %,
- podíl elektřiny vyrobené v solárních zařízeních – 2,8 %,
- podíl elektřiny vyrobené z biomasy – 2,6 %.

Spolu s elektřinou využívá hotel i plyn, jehož roční spotřeba za rok 2021 byla 129 081 kWh. Stejně tak jako celková spotřeba elektřiny je i spotřeba plynu závislá na celkové obsazenosti hotelu a sezónnosti. Zpravidla platí, že větší spotřeba plynu je zejména v zimních měsících, neboť plyn je hlavním zdrojem vytápění hotelu. Vytápění hotelu je zajištěno prostřednictvím radiátorů s centrálním vytápěním. To funguje na obvyklém principu, kdy je teplo, vytvářené plynovým kotlem, rozváděno do jednotlivých místností pomocí trubek do radiátorů. Radiátory jsou vybaveny termohlavnicemi, díky kterým lze ovládat teplotu v místnosti. V téměř všech pokojích se nachází klimatizace. Konkrétně se jedná o klimatizaci typu LG MS09AH N40. Tento typ klimatizace využívá chladivo číslo R-410 A. Výhodou tohoto typu chladiva je jeho energetická efektivnost, vysoká objemová chladivost a nehořlavost

(Achs.cz, 2018). Budova hotelu je zateplená, což přispívá k menší energetické náročnosti na vytápění. Stejně tak i okna hotelu snižují celkové náklady na provoz, neboť mají tepelnou izolaci. Všechna osvětlení v hotelu jsou vybavena úspornými LED zářivkami. Spolu s tím jsou světla na chodbách opatřena pohybovými čidly, což zajišťuje efektivnější využití elektřiny. Elektrické sušiče rukou jsou v hotelu instalované pouze na pánských toaletách. Elektrický dveřní přístupový systém do jednotlivých pokojů není k dispozici. Lze je otevřít pouze klasickým pokojovým klíčem, což výrazně zvyšuje náklady na spotřebu energie, neboť je velká pravděpodobnost, že hosté při odchodu z pokoje nevypnou veškerou elektřinu.

Tabulka uvedená níže znázorňuje cenu energií, kterou hotel zaplatil v roce 2021.

Tabulka 1 Cena energií za rok 2021 (*vlastní zpracování*)

Rok 2021	
Průměrná cena elektřiny za 1 kWh	2,98 Kč/kWh
Roční spotřeba elektřiny	43 070 kWh
Průměrná cena elektřiny za rok celkem (bez DPH)	128 349 Kč
Průměrná cena plynu za 1 kWh	0,72 Kč/kWh
Roční spotřeba plynu	129 081 kWh
Průměrná cena plynu za rok celkem (bez DPH)	92 938 Kč

Vzhledem k událostem, které v současné době zapříčinily nestabilní ceny energií na trhu, lze předpokládat, že cena energií, kterou hotel zaplatí za rok 2022, bude mnohonásobně vyšší.

5.5.3.2 *Voda*

Průměrně hotel spotřebuje zhruba 90 690 litrů vody za měsíc. Denní spotřeba pak odpovídá hodnotě 3 023 litrů. Tato hodnota se však může lišit v závislosti na obsazenosti hotelu a stejně tak i sezónnosti. Dále bylo zjištěno, že za minutu protečou vodovodním kohoutkem zhruba 4 litry vody. Pro splachování se používá pitná voda. Vzhledem k tomu, že se hotel nachází v památkové zóně, není možné používat pro splachování či pro jiné účely dešťovou vodu nebo jiný druh šedé vody. V koupelnách nejsou nainstalované úsporné sprchové hlavice ani jiné alternativní chytré sprchy sloužící k úspoře vody. Hotel nemá k dispozici vlastní čističku odpadních vod. Z tohoto důvodu využívá městskou kanalizaci. Vzhledem

k tomu, že hotel nemá zahradu, nepotřebuje využívat vodu k zavlažování trávníku. Praní špinavého prádla je v hotelu zajištěno externí firmou, a to 2krát týdně, přičemž každodenní praní ručníků si hotel provádí sám ve své vlastní prádelně.

Za 1 m³ vody zaplatil hotel v roce 2021 celkem 114,9 Kč. Cena zahrnuje nejen vodné a stočné, ale i poplatek za srážkové vody. V tabulce uvedené níže je proveden výpočet ceny vody za rok 2021.

Tabulka 2 Cena vody za rok 2021 (*vlastní zpracování*)

	Spotřeba v m ³	Cena za m ³ vody v roce 2021	Cena celkem (bez DPH)
Vodné	1 103	36,50 Kč	40 260 Kč
Stočné	1 103	39,20 Kč	43 237 Kč
Srážkové vody	152	39,20 Kč	5 958 Kč
Cena vody za rok 2021			89 455 Kč

5.5.3.3 Čisticí prostředky

Pro úklid a sanitaci povrchů a koupelen používá hotel ekologicky šetrné prostředky značky Missiva. Pro lepší informovanost hostů jsou v hotelu rozmístěné ekologické nálepky označující místa, která se těmito ekologicky šetrnými prostředky ošetřují. Na druhou stranu prostředky, které hotel používá k praní či mytí nádobí, nelze označit za ekologicky šetrné.

5.5.3.4 Odpad

Hotel dbá na pečlivé třídění odpadu vzniklého samotným provozem hotelu. Avšak na pokojích či chodbách hotelu chybí speciální koše pro třídění odpadu. Odpad, který hotel třídí, lze rozdělit následovně:

- plast – cca 150 kg,
- papír – cca 300 kg,
- sklo – cca 90 ks lahví/rok,
- gastro odpad – cca 5 kg/týden,
- tuky – cca 5 litrů/rok.

Z jednorázových kosmetických potřeb hotel používá malé šampony, mýdla a pilníky na nehty. V restauraci se používají jednotně balená malá másla. V rámci recyklace hotel opětovně používá opotřebovaný textil, například k úklidu. Vyřazený textil, který nelze využít jiným způsobem, či vyřazený nábytek a jiné vybavení hotel vždy daruje k charitativním účelům.

5.5.3.5 *Ostatní*

V hotelu La Fresca se na každém pokoji nachází kartička, díky které mohou hosté odmítnout každodenní úklid a výměnu ručníků. Jak již bylo zmíněno, hotel využívá k sanitaci ploch a koupelen ekologicky šetrné prostředky Missiva. Dalšími značkami, které hotel používá a které jsou ekologicky certifikované, jsou například značky Fabia a TIKTAK. Obě tyto značky jsou s certifikací BIO a Fairtrade, což znamená, že zakoupením produktů s touto certifikací zákazník přispívá k lepším životním podmínkám farmářů v rozvojových zemích. Dále hotel používá tyto plasty:

- plastové lahve a kelímky,
- plastová brčka a míchátko,
- obaly od jídla,
- plastové lahvičky s toaletními potřebami,
- čajové sáčky zabalené v plastu,
- jiné plastové obaly.

5.6 Uhlíková stopa na obsazený pokoj

Pro zjištění vlivu činnosti hotelu na životní prostředí byl proveden výpočet emisí uhlíku. K výpočtu uhlíkové stopy byl použit nástroj Hotel Carbon Measurement Initiative (HCMI), díky kterému lze vykalkulovat uhlíkovou stopu na jeden obsazený pokoj za noc. Při výpočtu je brán ohled na využití různých zdrojů energie. Následně je pak možné snadněji určit postup vedoucí ke snížení uhlíkové stopy. Pro dosažení co nejpřesnějšího výsledku bylo nutné definovat tyto konkrétní údaje:

- celková podlahová plocha všech hotelových pokojů a chodeb: 595 m²,
- celková podlahová plocha společenských prostor: 100 m²,
- celková podlahová plocha klimatizovaného prostoru: 305 m²,

- počet pokojů pro hosty: 13,
- celkové množství obsazených pokojů za sledované období: 2 690,
- celková spotřeba elektřiny za sledované období: 43 070 kWh,
- celková spotřeba plynu za sledované období: 129 081 kWh,
- celková spotřeba obnovitelné energie za sledované období: 4 135 kWh,
- celkově vyrobená obnovitelná energie za sledované období: 0 kWh.

Následně bylo nutné doplnit informace týkající se prostorů, které nejsou přístupné hostům. Dále pak služeb outsourcované prádelny a klimatizace. Doplněné údaje jsou uvedené níže:

- celková podlahová plocha soukromého prostoru: 1500 m²,
- celkové množství outsourcovaného prádla: 3,12 t,
- druh chladiva v klimatizaci: R410A.

Soukromými prostory jsou v tomto hotelu myšleny například úklidové místnosti, skladové prostory, šatny pro zaměstnance, serverovna apod. Celková podlahová plocha těchto prostor je tedy 1500 m². V hotelu se nachází klimatizace téměř ve všech pokojích pro hosty, ne však v soukromých prostorech.

Vzhledem k tomu, že je velice komplikované získat údaje o spotřebě energií firmy zprostředkávající praní prádla tohoto konkrétního hotelu, byly použity údaje vztahující se pouze na celkové množství prádla v tunách za sledované období. Nástroj následně určil předpokládanou spotřebu energií využitou na toto konkrétní množství prádla následovně:

- odhadovaná celková spotřeba elektřiny pro praní 3,12 t prádla: 562 kWh,
- odhadovaná celková spotřeba plynu pro praní 3,12 t prádla: 4 867 kWh.

V hotelu je používána klimatizace značky LG MS09AH N40, přičemž tento typ klimatizace využívá chladivo číslo R-410A. Nástroj určil ekvivalent uhlíkové stopy tohoto chladiva na 4,99 t.

Níže je uveden finální výsledek, provedený nástrojem Hotel Carbon Measurement Initiative.

Results		
Total CO2e for reporting period		
43,36 tCO2e		
Total Guestrooms Carbon Footprint	37	tCO2e
Total Meetings Carbon Footprint	6	tCO2e
Carbon footprint per occupied room on a daily basis	13,8	kgCO2e
Carbon footprint per area of meeting space (1 sqm/sqft) on an hourly basis	0,0	kgCO2e

Obrázek 6 Výsledná hodnota uhlíkové stopy (HCMI)

Celková hodnota emisí tohoto hotelu je tedy 43,36 tCO₂ za sledované období. Důležité je podotknout, že nástroj HCMI do výpočtu nezahrnuje všechny aktivity spojené s chodem hotelu. Například doprava surovin od dodavatelů, cesta zaměstnanců do práce či příjezd a odjezd všech hostů ubytovaných v hotelu. Všechny tyto aktivity přispívají ke zvyšování emisí uhlíku v ovzduší, avšak na ně není brán ohled při tomto výpočtu. Dle výsledku je hodnota uhlíkové stopy jednoho obsazeného pokoje za jeden den 13,8 kgCO₂. Níže je proveden výpočet k ověření této skutečnosti.

Alokace uhlíkové stopy:

Procentuální podíl pokojů na uhlíkové stopě: $595 / (595 + 100) \times 100 = 85\%$

Procentuální podíl zasedacích prostor na uhlíkové stopě: $100 / (595 + 100) \times 100 = 15\%$

Uhlíková stopa pokojů: $43,36 \times 0,85 = 37 \text{ tCO}_2$

Uhlíková stopa zasedacích místností: $43,36 \times 0,15 = 6 \text{ tCO}_2$

Uhlíková stopa na obsazenou místnost za jednu noc: $(37 \times 1000) / 2690 = 13,8 \text{ kgCO}_2$

Uhlíková stopa zasedacích místností za jednu hodinu: $(6 \times 1000) / (365 \times 10) / 100 = 0,01 \text{ kgCO}_2$

$13,8 \times 365 \text{ dní} = 5\,037 \text{ kgCO}_2$

Celková hodnota uhlíkové stopy při jednom obsazeném pokoji za jeden rok tedy činí 5 037 kgCO₂.

5.7 Spotřeba vody na obsazený pokoj

Pro zjištění celkové spotřeby vody na obsazený pokoj byl použit nástroj Hotel Water Measurement Initiative (HWMI), díky kterému lze efektivním způsobem zjistit množství

spotřebované vody na jeden obsazený pokoj za noc. Pro dosažení co nejpřesnějšího výsledku bylo nutné uvést tyto konkrétní údaje:

- celková podlahová plocha hotelu: 2 095 m²,
- celková podlahová plocha všech hotelových pokojů: 385 m²,
- počet pokojů pro hosty: 13,
- celkové množství obsazených pokojů za sledované období: 2 690,
- celkové množství hostů za sledované období: 4 041,
- celková podlahová plocha společenských prostor: 100 m²,
- naměřená spotřeba vody za sledované období: 1 103 m³.

Hotel spotřebovává vodu pouze z místní vodovodní sítě, nevyužívá žádné jiné zdroje vody. Následně je nutné doplnit informace týkající se soukromých prostor hotelu a služeb outsourcované prádelny. Doplněné údaje jsou uvedené níže:

- celková podlahová plocha soukromého prostoru: 1500 m²,
- celkové množství outsourcovaného prádla: 3,12 t.

Jak již bylo zmíněno v kapitole o výpočtu uhlíkové stopy na pokoj, soukromými prostory jsou v tomto hotelu myšleny například úklidové místnosti, skladové prostory apod. Vzhledem k tomu, že je velice obtížné získat konkrétní údaje od dané firmy ohledně spotřeby vody pro praní prádla tohoto konkrétního hotelu, byly uvedeny pouze údaje o celkové tonáži prádla za jeden rok. Nástroj následně určil předpokládanou spotřebu vody následovně:

- odhadovaná celková spotřeba vody pro praní 3,12 t prádla: 62 400 l.

Níže je uveden finální výsledek provedený nástrojem Hotel Water Measurement Initiative.

Results		
Water withdrawn		Unit
Total water withdrawn (incl. outsourced laundry and unmetered water sources)	1 165 888	Litres (L)
Total water withdrawn (deducting private space, if applicable)	331 123	Litres (L)
Guest room use (annual)	110 374	Litres (L)
All other uses (annual)	220 749	Litres (L)
Guest room use		
Total guest room use (annual)	285 608	Litres (L)
Guest room use (as a proportion of the total)	86%	NA
Meeting room use		
Total meeting rooms use (annual)	45 515	Litres (L)
Meeting room use (as a proportion of the total)	14%	NA
TOTAL WATER USE FOR REPORTING YEAR	331 123	Litres (L)

Obrázek 7 Výsledná spotřeba vody (HWMI)

Celková hodnota spotřeby vody za sledované období je 1 165 888 l, včetně spotřeby vody využitě na praní prádla outsourcovanou prádelnou. Níže je proveden výpočet spotřeby vody na jeden pokoj a ostatních prostorů za rok.

Alokace spotřeby vody:

Celková spotřeba vody na jeden pokoj za rok: $((220\,749 / (385 + 100)) \times 385) + 110\,374 =$
285 608 l

Celková spotřeba vody ostatních prostor za rok: $(220\,749 / (385 + 100)) \times 100 =$ **45 515 l**

Intensity metrics		
Guest room		
Total water use per occupied room (per night)	106	Litres (L)
Total water use per guest (night)	71	Litres (L)
Meeting room		
Total water use per floor area of meeting space (hourly)	0	Litres (L) Square metres (m2)

Obrázek 8 Spotřeba vody na pokoj a hosta za noc (*HWMI*)

Spotřeba vody celkem na obsazený pokoj za noc: $285\,608 / 2690 =$ **106 l**

Spotřeba vody celkem na jednoho hosta za noc: $285\,608 / 4\,041 =$ **71 l**

Celková hodnota spotřeby vody na jeden obsazený pokoj za noc činí 106 l a na jednoho hosta 71 l za jednu noc.

6 SWOT ANALÝZA

Tato kapitola je věnována vnitřním a vnějším faktorům, které mají vliv na fungování hotelu. V rámci zavedení udržitelných praktik jsou zde zohledněny všechny silné a slabé stránky hotelu. Stejně tak jsou zde identifikovány všechny příležitosti a hrozby, vztahující se k této problematice, které mohou mít vliv na budoucí chod hotelu.

Tabulka 3 SWOT analýza (*vlastní zpracování*)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • atraktivní lokalita, • personál, • image hotelu, • předpoklady pro snížení spotřeby vody, energií apod. • otevřenost novým příležitostem, • kvalitní dodavatelé, 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatek informací pro zavedení nových environmentálních opatření, • špatná orientace v neustále se vyvíjejících technologiích apod., • vysoké počáteční náklady, • nedostatečná podpora ze strany státu a jiných institucí,
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • narůstající zájem o ochranu životního prostředí u hotelových hostů, • růst popularity ekologických hotelů, • získání konkurenční výhody, • získání respektu a věrnosti hotelových hostů, • zvýšení atraktivity v očích zákazníků, • spolupráce s novými dodavateli, 	<ul style="list-style-type: none"> • faktory zaměřené na environmentální dopad nejsou primárním ukazatelem zákazníka při výběru hotelu, • neochota zákazníků připlatit si za hotel šetrný k životnímu prostředí, • časté změny v environmentálních skutečnostech, • již existující konkurence uplatňující environmentální opatření.

6.1 Silné stránky

Mezi silné stránky tohoto hotelu patří zejména výborná lokalita přímo v historickém centru města Kroměříž. Hotel je tak vzdálen jen pár metrů od hlavních uměleckých a kulturních památek města. Další silnou stránkou hotelu je jeho přátelský a profesionálně vystupující personál, který přistupuje k hostům individuálně a je schopen plnit jejich požadavky. Třetí silnou stránkou je celková image hotelu a jeho unikátní atmosféra. Z pohledu udržitelnosti patří mezi silné stránky hotelu jeho předpoklady pro zavedení vhodných praktik, díky kterým lze docílit snížení spotřeby vody, energií apod. Z tohoto pohledu je hotel otevřen novým příležitostem k zavedení udržitelných praktik. Jako poslední silnou stránku je nutné uvést spolupráci hotelu s kvalitními a spolehlivými dodavateli, přičemž část z nich jsou regionální prodejci.

6.2 Slabé stránky

Největší slabou stránkou hotelu z pohledu udržitelnosti je jeho nedostatek informací pro zavedení environmentálních opatření. Udržitelnost představuje komplexní problém, k jehož dosažení je nutné aplikovat různá opatření a postupy v odlišných oblastech fungování hotelu. Stejně tak je důležité si uvědomit nutnost informovat personál o dodržování aplikovaných udržitelných zásad. S tím souvisí i nedostatečná orientace v technologiích, které pomáhají hotelům uspořit náklady na provoz. Je však všeobecně známo, že technologie se neustále vyvíjejí, tudíž je nutné se zaměřit na nejaktuálnější trendy. Dále je důležité si uvědomit počáteční náklady, se kterými musí hotel kalkulovat, pokud přistoupí k zavedení udržitelných praktik. Je třeba podotknout, že v dlouhodobém časovém horizontu se tato investice hotelu vrátí. Další slabou stránku může pro hotel představovat nedostatečná podpora ze strany státu, neboť v současné době existuje pouze jeden dotační program, financovaný z fondů Evropské unie, o který mohou hotely zažádat pro zavedení nových technologií v oblasti nakládání s energiemi. Jiný dotační program, který by podporoval hotely v zavedení environmentálních opatření, v současné době neexistuje. Každé ubytovací zařízení je povinno dodržovat všeobecná legislativní nařízení vztahující se k ochraně životního prostředí. Avšak rozhodnutí o zavedení udržitelných zásad hotelu je zcela dobrovolné.

6.3 Příležitosti

Postupem času roste zájem hotelových hostů o ochranu životního prostředí, a díky tomu tak roste zájem o hotely šetrné k životnímu prostředí. Zavedení udržitelných praktik může představovat pro hotel i určitou konkurenční výhodu, pokud bude tuto skutečnost prezentovat např. na sociálních sítích, webových stránkách apod. Díky tomu může hotel získat respekt a věrnost svých hostů a spolu s tím i atraktivitu v očích potenciálních hostů. Další příležitostí pro hotel může být získání nových kvalitních dodavatelů, produktů či prostředků.

6.4 Hrozby

I když se postupem času zvyšuje zájem o udržitelné hotely, existuje stále velké množství lidí, kteří při výběru ubytování preferují jiné parametry, než jsou environmentální opatření aplikovaná v hotelu. Další hrozbu pro hotel může představovat nutnost navýšení ceny ubytování, zapříčiněné zavedením udržitelných praktik, neboť většina zákazníků není ochotná si za udržitelný hotel připlatit. Z pohledu udržitelnosti je však důležité zmínit i hrozbu, kterou představují změny v ochraně životního prostředí či existence konkurence, která již funguje jako udržitelný hotel a tuto skutečnost prezentuje navenek.

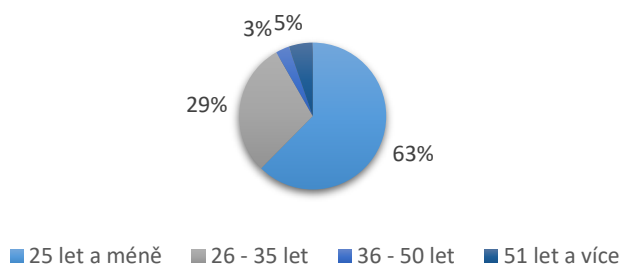
7 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Tato kapitola se zabývá vyhodnocením průzkumu, který byl proveden prostřednictvím dotazníkového šetření. K tomuto průzkumu byly použity dva druhy dotazníků. První dotazník byl určen zákazníkům s cílem zjistit, jak zákazníci vnímají udržitelné praktiky při své návštěvě v hotelu. Druhý dotazník byl určen hotelům s cílem rozpoznat, jaké podněty o udržitelnosti vysílají hotely směrem k zákazníkům. Oba dotazníky byly vytvořeny online a byly distribuovány respondentům odlišným způsobem. Dotazník určený zákazníkům byl rozeslán přes sociální sítě Facebook a Instagram. Naopak dotazník určený hotelům byl rozeslán e-mailem, a to přímo konkrétním hotelům po celé České republice.

7.1 Vyhodnocení dotazníku určeného zákazníkům

Dotazník určený zákazníkům byl distribuován přes sociální sítě v průběhu měsíce března. Cílovou skupinou tohoto dotazníku byli všichni zákazníci, kteří využívají služeb ubytovacích zařízení. Průzkumu se zúčastnilo celkem 133 respondentů. Větší zájem o účast v tomto průzkumu projevily ženy (65,4 %) než muži (34,6 %). Dle věku byli respondenti rozděleni do 4 věkových skupin, a to 25 let a méně, 26–35 let, 36–50 let a 51 let a více. Největší věkovou skupinou byli respondenti ve věku 25 let a méně, kterých bylo celkem 83. Celkem 39 respondentů ve věku 26–35 let tvořilo druhou nejpočetnější skupinu. Nejméně respondentů bylo ve věkové skupině 36–50 let, celkem 4 respondenti, a ve věkové skupině 51 let a více pak odpovědělo 7 respondentů.

Věkové složení respondentů

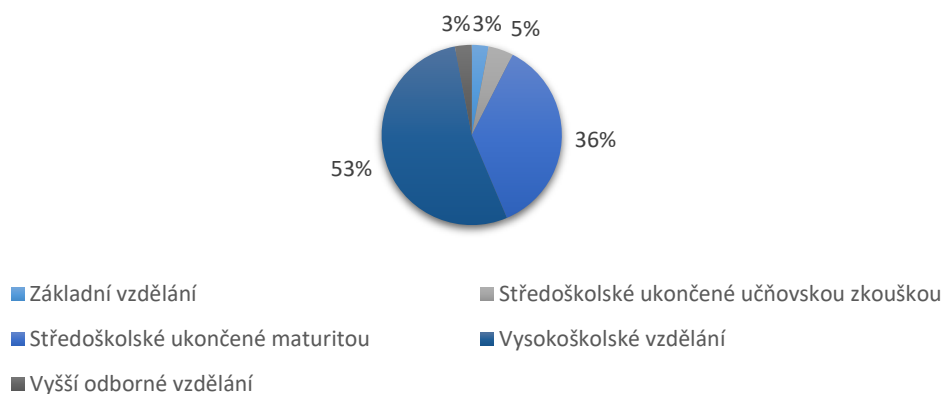


Obrázek 9 Věkové složení respondentů (*vlastní zpracování*)

Více jak polovinu všech dotázaných tvořili respondenti s vysokoškolským vzděláním, kterých bylo celkem 71. Celkem 48 respondentů uvedlo nejvyšší dosažené vzdělání středoškolské ukončené maturitní zkouškou. Středoškolské vzdělání ukončené učňovskou

zkouškou pak uvedlo 6 respondentů. Nejmenší skupinu respondentů tvořili lidé s vyšším odborným vzděláním, a to celkem 4, a se základním vzděláním, kteří byli také 4.

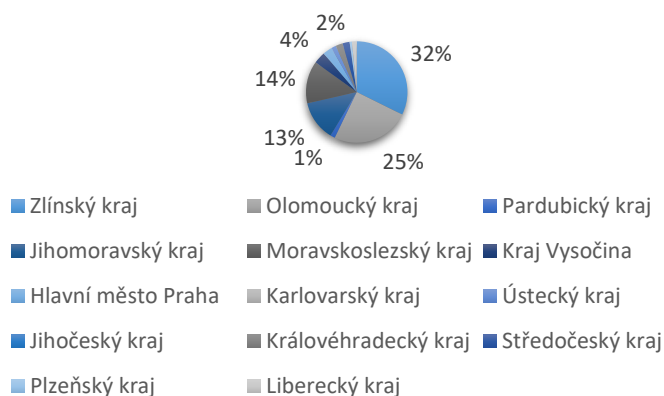
Složení respondentů na základě vzdělání



Obrázek 10 Složení respondentů na základě vzdělání (*vlastní zpracování*)

Nejpočetnější skupina respondentů pocházela ze Zlínského kraje, a to celkem 43 lidí. Dále z Olomouckého kraje 33 respondentů, Moravskoslezského kraje 18 respondentů, Jihomoravského kraje 17 respondentů, z Kraje Vysočina 5 respondentů a z hlavního města Prahy 4 respondenti. Zbývá část, 13 respondentů, pochází z ostatních krajů.

Geografické údaje o respondentech



Obrázek 11 Geografické údaje o respondentech (*vlastní zpracování*)

Další skupina otázek se týkala problematiky vnímání udržitelných praktik v hotelu zákazníkem. Těchto otázek bylo celkem 9, z nichž jedna byla otevřená. Cílem této otevřené otázky bylo zjistit, co se respondentům vybaví pod pojmem udržitelnost. Otázka byla dobrovolná a zúčastnilo se jí pouze 89 respondentů ze všech zúčastněných. Převážná většina

odpovědí byla správně. Respondenti si pod pojmem udržitelnost nejčastěji představují šetrnost a zodpovědnost vůči životnímu prostředí, zachování současných zdrojů pro budoucí generace, ekologii a ochranu životního prostředí, recyklaci, obnovitelné zdroje, snižování uhlíkové stopy, lepší využití zdrojů energie a opakované používání věcí. Pouze 13 respondentů odpovědělo na tuto otázku chybně či nevím.

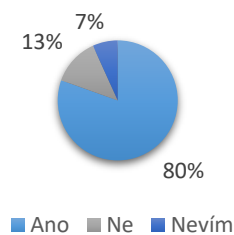
Co se Vám vybaví pod pojmem udržitelnost?



Obrázek 12 Chápání slova „udržitelnost“ (vlastní zpracování)

Celkem 107 respondentů souhlasí s tím, že by se hotel měl chovat šetrně k životnímu prostředí. Zbýlá část respondentů uvedla jako odpověď ne (17) či nevím (9).

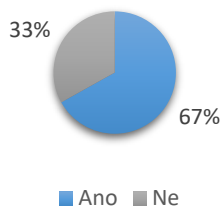
Je podle Vás důležité, aby se hotel choval šetrně k životnímu prostředí?



Obrázek 13 Měl by se hotel choval udržitelně? (vlastní zpracování)

Při návštěvě hotelu si celkem 89 respondentů všímá, zda se hotel chová udržitelně. Zbýlá část dotázaných, celkem 44, si udržitelných praktik v hotelu nevšímá.

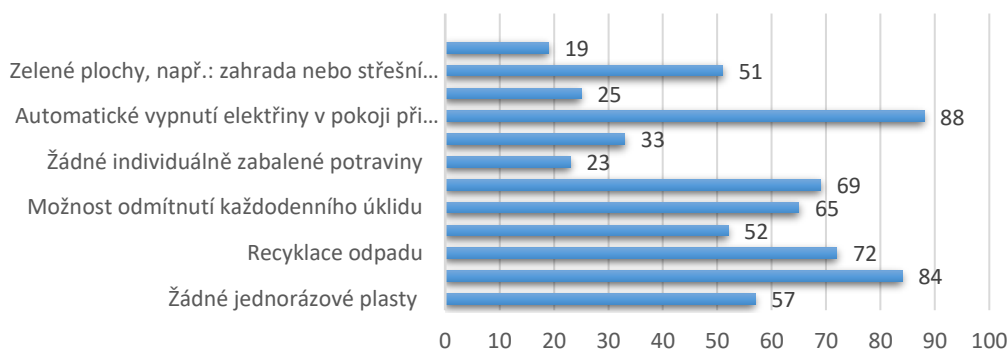
Všímáte si při Vaší návštěvě v hotelu, že se hotel chová udržitelně?



Obrázek 14 Vnímání udržitelnosti hotelu zákazníkem (*vlastní zpracování*)

V následující otázce respondenti odpovídali, jaké udržitelné praktiky zaznamenali při své poslední návštěvě v hotelu. Nejčastěji se respondenti setkali s automatickým vypnutím elektřiny v pokoji při vyjmutí karty ze zařízení (66,2 %), dále s doplňitelným dávkovačem mýdla a šamponu (63,2 %), recyklací odpadu (54,1 %), možností opětovného použití ručníků (51,9 %) a možností odmítnutí každodenního úklidu (48,9 %). Stejně tak se velká většina respondentů (42,9 %) setkala s tím, že hotel nepoužíval žádné jednorázové plasty (např. brčka, kelímky), dále měl izolaci oken a dveří (39,1 %) a zelené plochy (např. zahradu či střešní zahradu). Nejméně respondentů pak zaznamenalo udržitelné praktiky, jako je nabídka pitné vody z vodovodu (24,8 %), žádné jednorázové plastové mini lahvičky se šamponem, kondicionérem či sprchovým gelem (18,8 %), žádné individuálně zabalené potraviny (17,3 %) a solární panely na střeše hotelu (14,3 %).

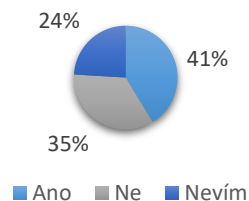
Které udržitelné praktiky jste zaznamenal/a při Vaší poslední návštěvě hotelu v ČR/ v zahraničí?



Obrázek 15 Udržitelné praktiky vnímané zákazníky (*vlastní zpracování*)

Následující otázka se týkala ekologických značek. 55 respondentů uvedlo, že se již alespoň s jednou z ekologických značek setkala. Naopak 46 respondentů se s ekologickou značkou nikdy neseťkala a 32 respondentů na tuto otázku odpovědělo neví.

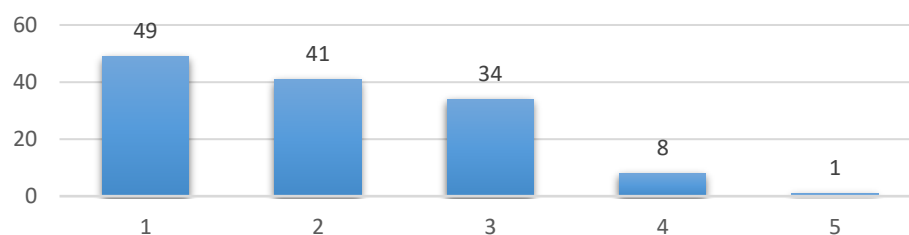
Setkali jste se někdy alespoň s jednou z těchto ekologických značek?



Obrázek 16 Povědomí o ekologických značkách (*vlastní zpracování*)

Cílem následující otázky bylo zjistit, jak moc ovlivňuje ekoznačení či udržitelné praktiky hotelu rozhodnutí zákazníků o výběru hotelu. Pouze 9 dotázaných respondentů preferuje při výběru hotelu udržitelnost nebo tyto hotely cíleně vyhledává. Celkem 90 respondentů dává při výběru hotelu přednost jiným parametrům. Naopak 34 respondentů je v této otázce nerozhodných.

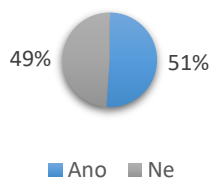
Na stupnici od 1 do 5, jak moc Vás ovlivňuje ekoznačení při výběru hotelu. (1 - dávám přednost jiným parametrům, 5 - vyhledávám pouze hotely s ekoznačením)



Obrázek 17 Výběr hotelu zákazníkem (*vlastní zpracování*)

Další otázka měla za cíl zjistit, jestli jsou zákazníci ochotni si připlatit za hotel, který se chová šetrně k životnímu prostředí. Bylo zjištěno, že 68 respondentů je ochotno si za takový hotel připlatit. Zbývá část dotázaných, celkem 65, odpovědělo na tuto otázku ne.

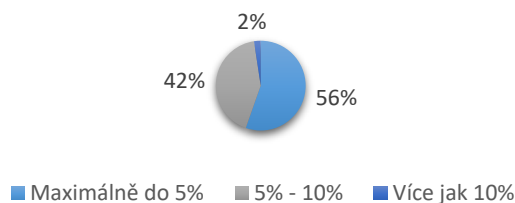
Jste ochotni si připlatit za ubytování v hotelu, který se chová šetrně k životnímu prostředí?



Obrázek 18 Ochota zákazníků připlatit si za udržitelný hotel (*vlastní zpracování*)

V návaznosti na to bylo zjištěno, že 46 respondentů je ochotno si za udržitelný hotel připlatit maximálně do 5 %. Dalších 35 respondentů by si připlatilo o 5–10 % a 2 respondenti uvedli ochotu připlatit si o více než 10 %.

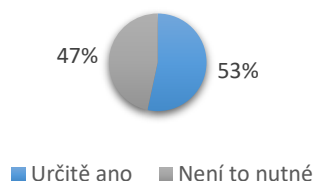
Pokud ano, o kolik procent jste ochotni si připlatit?



Obrázek 19 O kolik procent jsou zákazníci ochotni si připlatit (*vlastní zpracování*)

Poslední otázka se týkala odměny, kterou by zákazníci obdrželi v případě, že by se při svém pobytu v hotelu chovali šetrně a ohleduplně. 71 respondentů by uvítalo, kdyby za své šetrné chování bylo odměněno. Naopak 62 respondentů uvedlo, že to není nutné.

Uvítali byste, kdyby Vás hotel odměnil za Vaše šetrné chování?



Obrázek 20 Odměna zákazníkům za šetrné chování (*vlastní zpracování*)

7.2 Shrnutí výsledků dotazníku určeného zákazníkům

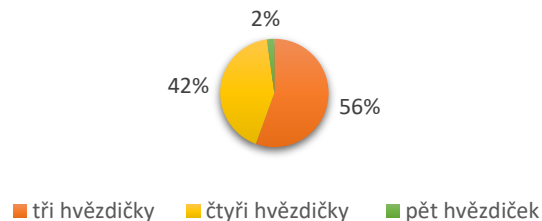
- Převážná většina lidí rozumí pojmu udržitelnost a chápe, že se nejedná o pouhou ochranu přírody, ale že je brán ohled i na budoucí generace a jejich fungování v podmínkách, které jim zanecháme.
- Převážná část respondentů souhlasí s tím, že je důležité, aby se hotel choval šetrně k životnímu prostředí.
- Většina respondentů si při své návštěvě v hotelu všímá, zda hotel aplikuje udržitelné praktiky ke snížení dopadu na životní prostředí.
- Nejčastěji respondenti zaznamenali tyto udržitelné praktiky: automatické vypnutí elektřiny v pokoji při vyjmutí karty ze zařízení, doplnitelný dávkovač mýdla a šamponu, recyklace odpadu, možnost opětovného použití ručníků, odmítnutí každodenního úklidu.
- Respondenti nemají dostatečné povědomí o ekologických značkách či jiných hotelových certifikacích zaručujících šetrnost k životnímu prostředí.
- Pouze 9 lidí ze všech zúčastněných vyhledává ubytování v hotelu s ekologickou certifikací.
- Zákazníci při rozhodování o výběru hotelu dávají přednost jiným parametrům, než je ekologická certifikace.
- Polovina všech respondentů by byla ochotna si za ekologicky šetrný hotel připlatit a polovina ne.
- Za ekologicky šetrný hotel jsou zákazníci ochotni si připlatit maximálně do 5 %.
- Více než polovina respondentů by uvítala, kdyby byla hotelem odměněna za to, že se chovají při svém pobytu zodpovědně k životnímu prostředí.

7.3 Vyhodnocení dotazníku určeného hotelům

Dotazník určený hotelům byl distribuován e-mailem v průběhu měsíce března, a to přímo konkrétním hotelům po celé České republice. Osloveno bylo téměř 500 hotelů tříhvězdičkové, čtyřhvězdičkové a pětihvězdičkové kategorie. Nakonec se průzkumu zúčastnilo pouze 47 hotelů. Větší zájem o účast v tomto průzkumu projevíly tříhvězdičkové

hotely, kterých bylo celkem 25. Čtyřhvězdičkových hotelů se zúčastnilo celkem 19 a pouze jeden pětihvězdičkový hotel.

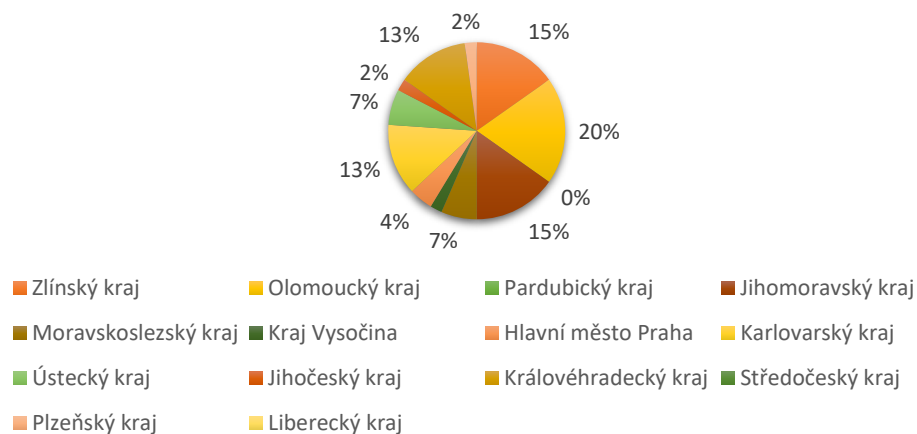
Kategorie hotelů zúčastněných v průzkumu



Obrázek 21 Složení hotelů dle kategorie (*vlastní zpracování*)

Nejpočetnější skupina hotelů zúčastněných v tomto průzkumu pocházela z Olomouckého kraje, a to celkem 9 hotelů. Následují hotely ze Zlínského kraje a Jihomoravského kraje, za každý tento kraj celkem 7 hotelů. Celkem 6 hotelů odpovědělo jak v Karlovarském, tak i Královéhradeckém kraji. V Moravskoslezském se zúčastnily celkem 3 hotely a v Ústeckém kraji 4. Zbylých 5 hotelů sídlí v ostatních krajích.

Geografické údaje o hotelích

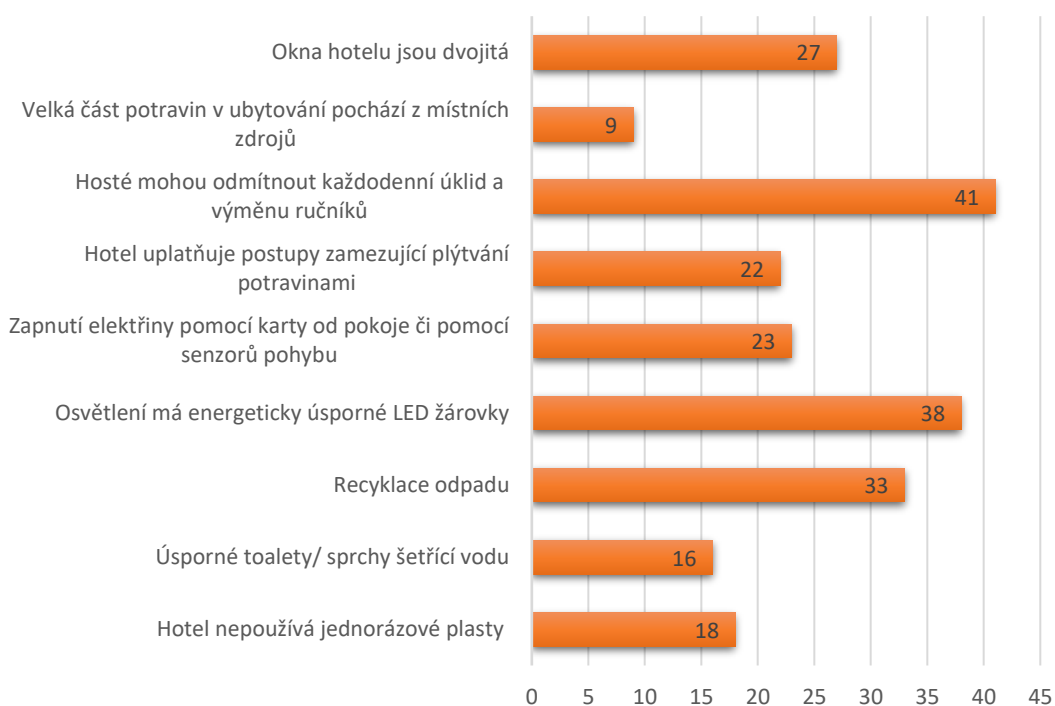


Obrázek 22 Geografické údaje o hotelích (*vlastní zpracování*)

Cílem následující otázky bylo zjistit, které udržitelné praktiky hotely nejčastěji uplatňují. Nejčastější odpovědí bylo, že hosté mohou odmítnout každodenní úklid a výměnu ručníků (87,2 %), dále osvětlení, které má energeticky úsporné LED žárovky (80,9 %), recyklace odpadu (70,2 %), dvojitá okna hotelu (57,4 %) a zapnutí elektřiny pomocí karty od pokoje

či pomocí senzorů pohybu (48,9 %). Velká část hotelů taktéž uvedla, že uplatňují postupy zamezující plýtvání potravinami (46,8 %), dále nepoužívají žádné jednorázové plasty (38,3 %) a mají nainstalované úsporné toalety a sprchy šetřící vodu (34 %). Nejmenší část hotelů uvedla, že potraviny servírované či nabízené v ubytování pochází z místních zdrojů (19,6 %). Jeden hotel taktéž uvedl, že disponuje vlastní fotovoltaickou elektrárnou pro výrobu elektrické energie a že vytápění hotelu je zajištěno z části biomasou. Další hotel navíc uvedl jako udržitelnou praktiku senzory na oknech, které upozorní hosta, když při odchodu z pokoje zapomene zavřít okno.

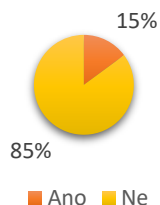
Které udržitelné praktiky uplatňujete ve Vašem hotelu?



Obrázek 23 Udržitelné praktiky uplatňované hotely (*vlastní zpracování*)

Následující otázka měla za úkol zjistit, zda hotely informují hosty o tom, že kroky, které podnikli v rámci udržitelnosti, mají reálné pozitivní dopady. Většina hotelů, konkrétně 40, odpověděla ne. Pouhých 7 hotelů z celkových 47 informuje své hosty o pozitivním dopadu aplikovaných udržitelných praktik.

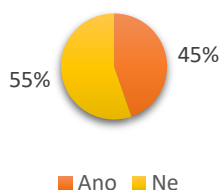
Informujete hosty o tom, že kroky, které jste podnikli v rámci udržitelnosti mají reálné pozitivní dopady?



Obrázek 24 Informování hostů o pozitivních dopadech (*vlastní zpracování*)

Další otázka se týkala informování hostů o udržitelných praktikách hotelu skrze umístění informačních nápisů. Celkem 21 hotelů ze všech dotázaných své hosty skrze informační nápisy informuje. Zbývá část, tedy 26 hotelů, tuto možnost informování hostů nevyužívá.

Jsou hosté informováni o udržitelných praktikách prostřednictvím nápisů?

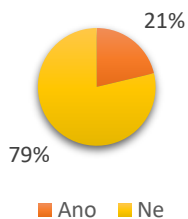


Obrázek 25 Informování hostů prostřednictvím nápisů (*vlastní zpracování*)

Další otázka se týkala způsobu, jakým informuje personál hosty o udržitelných praktikách v hotelu. Naprostá většina hotelů uvedla, že jejich personál žádným způsobem hosty o udržitelnosti praktikované v hotelu neinformuje. Několik hotelů uvedlo alternativní způsoby, kterými hosty informují. Například skrze informační letáčky, které hosté obdrží při příjezdu do hotelu, dále skrze webové stránky, cedulky, samolepky či skrze rezervační portál Booking.com.

Účelem další otázky bylo zjistit, zda jsou hotely ochotny odměňovat hosty za jejich šetrné chování (např. za odmítnutí každodenního úklidu a výměny ručníků, za kratší dobu sprchování). Pouze 10 hotelů uvedlo, že by bylo ochotno své hosty za šetrné chování odměnit.

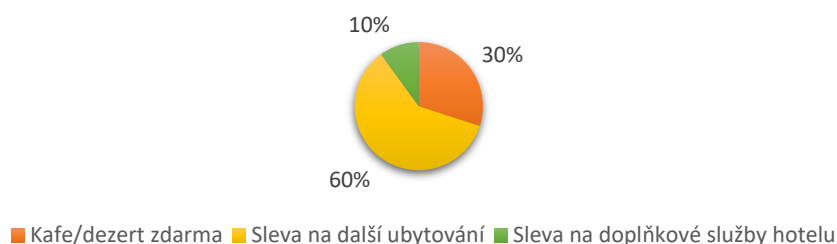
Jste ochotni odměňovat hosty za jejich šetrné chování?



Obrázek 26 Odměna hostům za šetrné chování (*vlastní zpracování*)

V návaznosti na to uvedlo celkem 6 hotelů jako vhodnou formu odměny slevu na další ubytování. Pouze 3 hotely by hostům poskytly kávu či dezert zdarma a jeden hotel by poskytl hostům slevu na doplňkové služby hotelu.

Pokud ano, jaká forma odměny je podle Vás adekvátní?

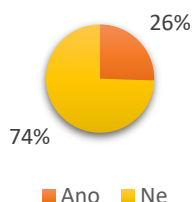


Obrázek 27 Forma odměny za šetrné chování (*vlastní zpracování*)

Další otázka se týkala marketingových aktivit. Naprostá většina hotelů uvedla, že v rámci udržitelnosti doposud nezrealizovala žádné marketingové aktivity. Několik hotelů uvedlo reklamu na sociálních sítích, v rádiu nebo na webových stránkách či spolupráci s rezervačním portálem Booking.com.

Následující otázka měla za úkol zjistit, zda hotely v poslední době zaznamenaly konkurenci, která se chová udržitelně a prezentuje tuto skutečnost i navenek. Konkurenční hotely s udržitelnými praktikami zaznamenalo 12 hotelů z průzkumu, nicméně většina dotázaných hotelů takovou konkurenci nezaznamenala.

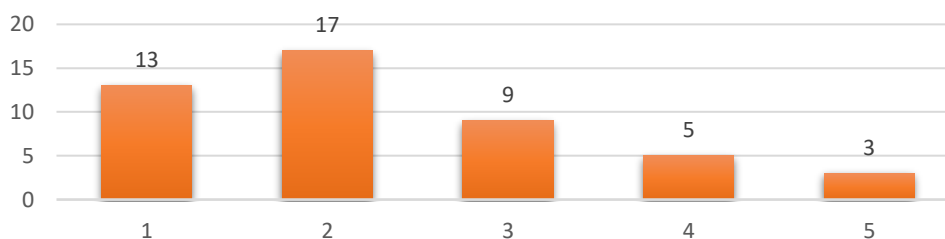
Zaznamenali jste v poslední době konkurenční hotely, které se chovají udržitelně a prezentují toto i navenek?



Obrázek 28 Konkurenční hotely (*vlastní zpracování*)

V další otázce bylo po hotelích vyžadováno ohodnotit na stupnici od 1 do 5, jak velká je podle nich pravděpodobnost, že si zákazník vybere mezi konkurencí raději udržitelný hotel, pokud tuto informaci najde na webu / rezervačním portálu / sociálních sítích. Dle výsledků se 29 hotelů přiklání k malé pravděpodobnosti, 9 hotelů zůstává v této otázce nerozhodných a celkem 8 hotelů se přiklání k možnosti vysoké pravděpodobnosti.

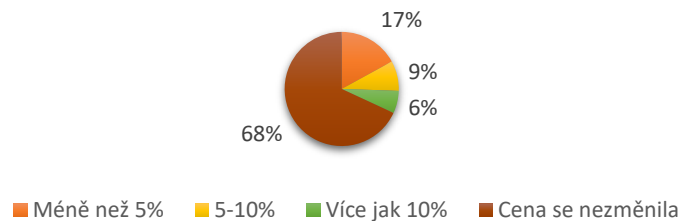
Jak velká je podle Vás pravděpodobnost, že si zákazník vybere mezi konkurencí raději udržitelný hotel? (1-málo pravděpodobné, 5-hodně pravděpodobné)



Obrázek 29 Pravděpodobnost výběru udržitelného hotelu zákazníkem (*vlastní zpracování*)

Poslední otázka měla za cíl zjistit, o kolik procent se zvýšila průměrná cena ubytování za noc v souvislosti se zavedením udržitelných praktik. Celkem 32 hotelů uvedlo, že se cena ubytování v této souvislosti nezměnila. Zvýšení ceny ubytování o maximálně 5 % uvedlo 8 hotelů, dále zvýšení ceny o 5–10 % uvedly 4 hotely a zvýšení ceny o více než 10 % uvedly 3 hotely.

O kolik procent se zvýšila průměrná cena ubytování/noc v souvislosti se zavedením udržitelných praktik?



Obrázek 30 Zvýšení ceny ubytování v souvislosti se zavedením udržitelnosti (*vlastní zpracování*)

7.4 Shrnutí výsledků dotazníku určeného hotelům

- Nejpoužívanější hotelové udržitelné praktiky: hosté mohou odmítnout každodenní úklid a výměnu ručníků, osvětlení s energeticky úspornými LED žárovkami, izolace oken, zapnutí elektřiny v pokoji pomocí karty, senzory pohybu, třídění odpadu, postupy zamezující plýtvání potravinami.
- Většina hotelů uvedla, že své hosty nijak neinformuje o tom, že kroky, které podnikla v rámci udržitelnosti, mají reálné pozitivní dopady.
- Ve většině hotelů nejsou rozmístěné žádné nápisy, které by informovaly hosty o udržitelných praktikách.
- Většina hotelů není ochotna odměňovat své hosty za šetrné chování.
- Hotely, které jsou ochotny odměňovat hosty za šetrné chování, uvedly jako nejadekvátnější formu odměny slevu na další ubytování.
- Pouze 12 hotelů ze všech zúčastněných hotelů zaregistrovalo konkurenční hotely, které se chovají udržitelně a prezentují tuto skutečnost i navenek.
- Většina zúčastněných hotelů si myslí, že existuje pouze malá pravděpodobnost, že by si zákazník vybral mezi konkurencí raději udržitelný hotel.
- Ve většině případů se cena ubytování za noc související se zavedením jakýchkoliv udržitelných praktik nezvýšila nebo se zvýšila pouze o pár procent.

8 SHRNUÍ VÝSLEDKŮ ANALYTICKÉ ČÁSTI

Cílem této kapitoly je vytvořit přehled všech podstatných výsledků analytické části, které následně tvořily důležitý podklad pro projektovou část.

Nejprve se analytická část zabývala analýzou současného stavu hotelu La Fresca. Součástí této analýzy bylo shrnutí základních informací o hotelu, zejména o jeho lokalitě, charakteristice, vybavení a poskytovaných službách. Z informací poskytnutých interním zdrojem hotelu byl následně popsán současný stav hotelu a jeho činnosti vztahující se k jednotlivým pilířům udržitelnosti. V rámci ekonomického pilíře je nutné zmínit například spolupráci hotelu s regionálními dodavateli, podporu společenských událostí či pravidelnou účast na podnikatelských setkáních. V rámci sociálního pilíře zprostředkovává hotel svým zaměstnancům školení bezpečnosti práce a školení komunikačních dovedností. Svým zaměstnancům poskytuje hotel zaměstnanecké benefity. Dále je nutné zmínit spolupráci se základními a vysokými školami, či finanční a materiální podporu dětského domova a Městského útulku pro psy Čápka v Kroměříži.

Nejdůležitějším pilířem udržitelnosti byl pro tuto práci především environmentální pilíř, který tvořil základ pro projektovou část. Environmentální pilíř detailněji charakterizoval spotřebu energií a vody, tvorbu odpadu, používání čisticích prostředků apod. Díky tomu bylo zjištěno, že hotel za rok 2021 spotřeboval 43 070 kWh elektřiny, 129 081 kWh plynu a 90 690 litrů vody. Dále je vhodné zmínit, že budova hotelu je zateplená, všechna okna disponují tepelnou izolací, veškeré osvětlení je vybaveno úspornými LED zářivkami a světla na chodbách jsou opatřena pohybovými čidly. Praní špinavého prádla je zajištěno 2krát týdně externí prádelnou, přičemž každodenní praní ručníků si hotel provádí sám. Pro úklid a sanitaci povrchů a koupelen jsou používány ekologicky šetrné prostředky. Hotel třídí odpad vzniklý pouze v rámci provozu, přičemž třídí odpad na plast, papír, sklo, gastro odpad a tuky. Stejně tak se zde používají jednorázové kosmetické potřeby, jednorázové porce másla, čajové sáčky zabalené v plastu, plastové lahve a kelímky, plastová brčka, obaly od jídla apod.

Následně byla pomocí nástroje Hotel Carbon Measurement Initiative vykalkulována uhlíková stopa hotelu na jeden obsazený pokoj za noc, která je celkem 13,8 kgCO₂. Za rok uhlíková stopa na jeden pokoj činí celkem 5 037 kgCO₂. Obdobným způsobem byla za použití nástroje Hotel Water Measurement Initiative zjištěna spotřeba vody, která byla vyčíslena celkem na 106 litrů na jeden obsazený pokoj/noc.

Díky SWOT analýze bylo zjištěno několik silných stránek hotelu, kterými jsou například výborná lokalita, kvalifikovaný a profesionálně vystupující personál či vhodné předpoklady pro zavedení udržitelných praktik. Dále byly nalezeny i příležitosti, kterých může hotel v případě úspěšného zavedení udržitelných praktik dosáhnout. Touto příležitostí může být například získání určité konkurenční výhody, získání respektu, věrnosti či zvýšení atraktivity hotelu v očích hostů. Těchto příležitostí může být dosaženo také díky narůstajícímu zájmu hotelových hostů o ochranu životního prostředí.

Dalším důležitým podkladem pro projekt bylo dotazníkové šetření určené zákazníkům, jehož cílem bylo rozpoznat, jak zákazníci vnímají udržitelné praktiky při své návštěvě v hotelu. Díky tomuto dotazníku bylo zjištěno, že zákazníci souhlasí s tím, aby se hotel choval šetrně k životnímu prostředí, přičemž polovina všech respondentů uvedla, že by byli ochotni si za takový hotel připlatit. Dále bylo zjištěno, že si respondenti všímají, jestli hotel uplatňuje udržitelné praktiky. Mezi nejčastěji používané udržitelné praktiky zaznamenané zákazníky pak patří například automatické vypnutí elektřiny v pokoji při vyjmutí karty ze zařízení, doplnitelný dávkovač mýdla a šamponu, recyklace odpadu, možnost opětovného použití ručníků či odmítnutí každodenního úklidu.

Cílem druhého dotazníkového šetření určeného hotelům bylo rozpoznat, jaké signály vysílají hotely směrem k zákazníkům. Následně bylo zjištěno, že nejpoužívanější hotelovou praktikou v rámci udržitelnosti je možnost, kdy hosté mohou odmítnout každodenní úklid a výměnu ručníků. Dále osvětlení, které má energeticky úsporné LED žárovky, okenní izolace, zapnutí elektřiny v pokoji pomocí karty, senzory pohybu, třídění odpadu a postupy zamezující plýtvání potravinami. Následně bylo zjištěno, že většina dotázaných hotelů své hosty neinformuje o tom, že kroky, které podnikli v rámci udržitelnosti mají reálné pozitivní dopady. Stejně tak své hosty většina dotázaných hotelů neinformuje o realizovaných udržitelných praktikách skrze nápisy. V rámci toho uvedlo pouze 12 hotelů ze všech zúčastněných, že již zaregistrovali konkurenční hotely, které se chovají udržitelně a tuto skutečnost tak prezentují i navenek. Je však vhodné zmínit, že se ve většině případů cena ubytování za noc související se zavedením jakýchkoliv udržitelných praktik nezvýšila, anebo se zvýšila pouze o pár procent.

9 PROJEKT ZAVEDENÍ UDRŽITELNÝCH PRAKTIK V HOTELU

Tato kapitola se zabývá projektem pro zavedení udržitelných praktik v hotelu La Fresca, přičemž vychází z informací získaných v analytické části. Díky analýze bylo zjištěno nejen to, že zákazníci souhlasí s tím, že je důležité, aby se hotel choval šetrně k životnímu prostředí, ale i to, že si při své návštěvě v hotelu hosté všímají, jaká opatření v rámci ochrany životního prostředí hotel uplatňuje. Průzkumem bylo dále zjištěno, že v dnešní době existuje spousta hotelů, jež uplatňují alespoň některé udržitelné praktiky, avšak tuto skutečnost neprezentují žádným způsobem navenek. Díky tomu lze zavedení udržitelných praktik v hotelu La Fresca označit jako vhodnou příležitost pro boj s konkurencí a zároveň pro zvýšení loajality svých zákazníků v případě, že bude o této skutečnosti hotel své hosty vhodným způsobem informovat.

V projektu jsou navržena nejen konkrétní řešení pro snížení negativního dopadu fungování hotelu na životní prostředí, ale i opatření, díky kterým se hosté budou v této problematice lépe orientovat, čímž se zvýší jejich zájem o zapojení se do procesu šetrného chování vůči životnímu prostředí. Dále projekt obsahuje popis procesu zavedení vybraných udržitelných praktik. Následně je projekt podroben časové, nákladové a rizikové analýze.

9.1 Cíl projektu

Cílem tohoto projektu je zavedení konkrétních udržitelných praktik, díky kterým bude moci hotel snížit svůj dopad na životní prostředí, snížit náklady na provoz a zvýšit loajalitu svých zákazníků. Zavedením udržitelných praktik a nových technologií, která pomáhají šetřit životní prostředí, pomůže hotel snížit produkci uhlíkové stopy a zároveň vhodným způsobem zapojit své hosty do tohoto procesu. Je však důležité podotknout, že zavedení udržitelných praktik v hotelu by žádným způsobem nemělo snížit kvalitu ubytování a poskytovaných služeb.

9.2 Financování projektu

Projekt bude financován z vlastních finančních zdrojů hotelu. Další možnost financování se nabízí skrze dotační program pro snížení energetické náročnosti a podporu energetické efektivity, který je financován z Evropských strukturálních a investičních fondů v rámci Operačního programu podnikání a inovace pro konkurenceschopnost. Hotel může využít tuto formu financování pouze v případě, že plánovaná investice pro snížení energetické náročnosti přesáhne částku 1 milion Kč a bude se vztahovat na zavedení systému rekuperace

odpadního tepla, instalace systémů měření a regulace energií, modernizaci rozvodů elektřiny, plynu a tepla, či zavedení obnovitelných zdrojů energie pro vlastní využití. Pro hotel je možné získat až 50% dotaci z celkově vynaložených nákladů, přičemž minimální výše dotace činí 500 tisíc Kč. Avšak pro získání dotace je nutné podat žádost včas a předložit potřebnou dokumentaci, jejíž součástí je i energetický posudek. Žádost o dotaci se podává elektronicky, a to do předem stanoveného termínu. Aktuální příjem žádostí je platný do 30. 9. 2023.

9.3 Návrh vhodných udržitelných praktik pro hotel La Fresca

Pro efektivní využití vody, energií, snížení tvorby odpadů apod. byl v rámci tohoto projektu vytvořen návrh vhodných udržitelných opatření pro hotel La Fresca. Základním pilířem pro sestavení tohoto návrhu byla analýza aktuálního stavu hotelu La Fresca. Jedná se pouze o návrh opatření, přičemž k jejich realizaci může hotel přistupovat zcela dobrovolně.

9.3.1 Opatření pro úsporu energií

Jednou z hlavních priorit udržitelnosti jsou energie a jejich způsob využití. V rámci analýzy bylo zjištěno, že všechna osvětlení v hotelu La Fresca jsou vybavena úspornými LED zářivkami a spolu s tím jsou světla na chodbách opatřena pohybovými čidly. Dále bylo zjištěno, že pouze 9,6 % energie pochází z obnovitelných zdrojů. Pro snížení spotřeby energií jsou pak doporučena následující opatření:

- instalace automatického vypínání zařízení pro vytápění, ventilaci a klimatizaci,
- instalace automatického vypínání osvětlení u vchodových dveří (soumrakové čidlo),
- přechod k dodavateli elektřiny využívajícího větší množství obnovitelných zdrojů,
- zavedení systému rekuperace tepla,
- instalace regulátoru teploty.

9.3.2 Opatření pro úsporu vody

Úspora vody by měla být jednou z hlavních priorit hotelu, neboť se jedná o důležitý zdroj, jehož dostupnost se bude pravděpodobně v budoucnu snižovat. Úspora vody však neznamená pouhé snížení spotřeby vody, ale přispívá i k nižší spotřebě elektrické energie. Na základě provedené analýzy bylo zjištěno, že hotel nepoužívá žádná dodatečná opatření snižující spotřebu vody. Vzhledem k tomu, že se hotel nachází v památkové zóně, není

možné využívat například šedou vodu pro splachování. Pro snížení spotřeby vody jsou proto doporučena následující opatření:

- instalace úsporných koupelnových baterií a sprch,
- instalace úsporných záchodů a pisoárů,
- zavedení opatření pro snižování množství praného prádla (lůžkovin a ručníků).

9.3.3 Opatření pro snížení tvorby odpadu

Dalším významným krokem k udržitelnému chování hotelu je samozřejmě minimalizace tvorby odpadu. Díky analýze bylo zjištěno, že hotel třídí pouze odpad vzniklý v rámci celkového provozu hotelu. Avšak odpad, který vyprodukuje hoteloví hosté, není nijak dále tříděn. Dále jsou v hotelu používány plasty, jako například plastové lahve a kelímky, plastová brčka a míchátko, obaly od jídla, plastové lahvičky s toaletními potřebami apod. Pro snížení tvorby odpadu jsou proto doporučena následující opatření:

- třídění odpadu (nádoby na třídění v každém pokoji),
- omezování tvorby odpadu na jedno použití (instalace doplňkových dávkovačů mýdla, šamponu apod., kovová či bambusová brčka, výdejník na filtrovanou vodu, používání vratných lahví a obalů apod.),
- omezování tvorby odpadu z restaurace (kompostování).

9.3.4 Opatření v rámci celkového řízení hotelu

Dalším krokem k udržitelnosti je zavedení environmentálních opatření vztahujících se k řízení hotelu jako celku. Jedná se o následující opatření:

- školení zaměstnanců ohledně ochrany životního prostředí,
- poskytování informací o udržitelnosti hostům,
- pravidelné sledování spotřeby vody a energií,
- zavedení systému environmentálního řízení,
- registrace v systému EMAS nebo ISO certifikace.

9.3.5 Ostatní opatření

Výše uvedené udržitelné praktiky mohou být doplněny o další opatření, jako je například:

- nabídka místních či ekologických produktů,
- používání recyklovaného papíru (toaletní, kancelářský apod.),
- používání ekologicky šetrných prostředků na mytí nádobí a praní.

9.3.6 Školení zaměstnanců

Na základě analýzy aktuálního stavu hotelu bylo zjištěno, že zaměstnanci hotelu La Fresca prochází pravidelně školením bezpečnosti práce a dodatečným kurzem komunikačních dovedností. Pro zvýšení jejich povědomí o uplatňování udržitelných opatření je však vhodné poskytnout zaměstnancům školení zabývající se problematikou ochrany životního prostředí. Cílem by mělo být zaměstnance detailněji informovat o opatřeních vedoucích k úspoře energií, tedy takových opatřeních, která souvisejí s osvětlením, vytápěním a klimatizací. Dále úsporná opatření ke spotřebě vody, zamezující nadměrnému užívání či úniku vody. Stejně tak by měly být poskytnuty informace ohledně recyklace odpadu, nakládání s odpady a nebezpečnými látkami, zejména pak zacházení s prostředky určenými pro úklid, mytí nádobí a praní. Součástí tohoto školení by mělo být i seznámení zaměstnanců se základní legislativou vztahující se k ochraně životního prostředí.

V souvislosti se zavedením používání ekologických prostředků na praní, mytí nádobí apod. je nutné zaměstnance seznámit se správným dávkováním a užíváním těchto prostředků. Dále se doporučuje zaměstnance obeznámit, jak šetrně zacházet s vybavením a jak pravidelně udržovat spotřebiče a jiné vybavení, aby se prodloužila jejich životnost.

9.3.7 Poskytování informací o udržitelnosti hostům

Pro zvýšení povědomí o udržitelných opatřeních uplatňovaných v hotelu je vhodné poskytovat hostům relevantní informace. Tyto informace by měly být hostům poskytovány buď slovně skrze zaměstnance hotelu, či písemně prostřednictvím různých nápisů a kartiček umístěných na konkrétních místech (koupelny, pokoje). Právě používání těchto kartiček či nápisů se jeví jako nejefektivnější způsob, jak předat hostům jasné a konkrétní informace. Cílem je upozornit hosty na dopad, jaký může nadměrné užívání vody a energií na životní prostředí mít. Spolu s tím by měly kartičky či nápisy hostům dokazovat známá fakta o tom, že aplikované udržitelné praktiky v hotelu mají opravdu reálný pozitivní dopad na životní prostředí. Níže jsou uvedeny příklady nápisů, která lze využít k motivování hostů:

- *„Děkujeme, že během mytí rukou a čištění zubů zastavujete vodu. Díky tomu pomáháte hotelu La Fresca ušetřit více než 13 litrů vody.“*

- „Více než 70 % hostů v hotelu La Fresca snižuje svůj vliv na životní prostředí tím, že používá ručník opakovaně. Ručník na zemi tedy znamená: „Prosím vyměnit.“ Naopak ručník na věšáku znamená: „Použiji znovu.““
- „Šetříme životní prostředí. Z tohoto důvodu snižujeme množství plastů, které v hotelu La Fresca používáme.“
- „Až 40 % energie hotelu La Fresca pochází z obnovitelných zdrojů.“

V návaznosti na tuto problematiku je nutné zmínit výsledky z analýzy, ve které bylo zjištěno, že pouze malá část hotelů informuje své hosty o udržitelných praktikách. Stejně tak malé množství hotelů hosty informuje o tom, že jejich aplikované udržitelné praktiky mají reálný pozitivní dopad na životní prostředí.

9.3.8 Motivace hostů

Motivování hostů ke spolupráci na šetrném přístupu k využívání zdrojů může znamenat pro hotel i vhodný nástroj pro zvýšení loajality zákazníka. V návaznosti na tento fakt bylo z předešlé analýzy zjištěno, že většina hotelových hostů by uvítala odměnu v případě, že se budou při svém pobytu v hotelu chovat ohleduplně. Ohleduplné chování hotelových hostů znamená například menší spotřebu vody či odmítnutí každodenního úklidu a výměny ručníků. Avšak pouze malá část hotelů v rámci analýzy uvedla, že je ochotna své zákazníky za šetrné chování odměňovat. Nicméně v případě, že je chování hostů opravdu ohleduplné vůči životnímu prostředí, lze tvrdit, že jsou díky tomu sníženy nemalé náklady na provoz hotelu. Odměna poskytnutá takovými hostům pak představuje zanedbatelné dodatečné náklady, které ve svém důsledku mohou zvýšit již zmíněnou loajalitu hotelových hostů. Analýzou bylo navíc zjištěno, že v případě, že je hotel ochotný své hosty odměnit za šetrné chování, je nejadekvátnější odměnou například sleva na další ubytování či káva nebo dezert zdarma. Poskytnutí slevy na další ubytování navíc představuje potenciál pro vznik budoucí poptávky, a tím i zajištění budoucího zisku.

9.4 Proces zavedení udržitelných praktik v hotelu La Fresca

Po konzultaci s majitelkou hotelu byl na základě návrhu z předešlé kapitoly vybrán seznam těch opatření, která budou v hotelu realizována. Projekt bude tedy zaměřen na zavedení konkrétních opatření, uvedených níže.

- Instalace regulátoru vytápění a chlazení,

- instalace soumrakového čidla u vchodových dveří,
- instalace úsporných koupelnových baterií a sprch,
- nádoby na třídění odpadu v každém pokoji,
- omezení tvorby odpadu z restaurace (kompostování),
- instalace doplňkových dávkovačů šamponu a sprchového gelu,
- školení zaměstnanců ohledně ochrany životního prostředí,
- instalace informačních cedulek,
- používání výdejníku na filtrovanou vodu,
- používání recyklovaného toaletního papíru a kapesníků, kovových brček a ekologicky šetrných prostředků na mytí nádobí a praní,
- nabídka místních a ekologických produktů.

9.4.1 Aktivity nutné pro zavedení udržitelných praktik

Projekt zavedení udržitelných praktik představuje komplexní projekt skládající se z jednotlivých aktivit. Pro lepší orientaci jsou tyto aktivity rozděleny do konkrétních fází, přičemž v další kapitole jsou tyto aktivity podrobeny časové analýze. Výsledkem aktivit je konečný proces zavedení udržitelných praktik v hotelu.

9.4.1.1 Odhadované aktivity v první fázi projektu

- Nalezení vhodných dodavatelů pro zakoupení: soumrakového čidla, koupelnových baterií a sprch, nádob na třídění odpadu, kompostéru, dávkovače šamponu a sprchového gelu, výdejníku na filtrovanou vodu, kovových brček, recyklovaného toaletního papíru a kapesníků, prostředků na mytí nádobí a praní,
- objednání a platba dodavatelům,
- nalezení vhodného výrobce pro zhotovení informačních cedulek,
- výběr materiálu a textového obsahu informačních cedulek,
- vytvoření a odsouhlasení finální podoby informačních cedulek spolu s textem,
- vytvoření zakázky informačních cedulek.

V první fázi projektu není nutné personální zajištění. Úkolem pro majitelku hotelu je však nalézt vhodné dodavatele konkrétních komodit. Následně je nutné vyhledat firmu, která pro hotel vyrobí informační cedulky.

9.4.1.2 Odhadované aktivity ve druhé fázi projektu

- Nalezení vhodné firmy zabývající se regulacemi vytápění,
- odeslání poptávky s potřebnými informacemi o hotelu,
- obdržení nabídky od oslovené firmy,
- odsouhlasení nabídky a podpis smlouvy,
- platba za regulační systém.

V druhé fázi je pro majitelku hotelu úkolem nalézt vhodnou firmu, která se zaměřuje na výrobu regulačních komponentů na topná zařízení. Touto firmou je například společnost TECH Controllers s. r. o., která se přímo zabývá instalací hotelového systému pro regulaci topení. Systém se skládá z několika prvků, a to regulátoru, termostatů, hlavice ventilů a čidel pro identifikaci otevření okna. Montáž tohoto systému je zajištěna zprostředkovávající firmou a provedena odborníkem s příslušným oprávněním.

9.4.1.3 Odhadované aktivity ve třetí fázi projektu

- Výběr vhodné školicí společnosti,
- vytvoření poptávky po e-learningovém školicím kurzu,
- platba za e-learningové školení,
- uskutečnění školení.

Ve třetí fázi projektu je nutné vyhledat vhodnou společnost, která nabízí školení pro zaměstnance v rámci ochrany životního prostředí. Převážná většina školicích společností nabízí tento druh školení prostřednictvím e-learningového systému. Výhodou je časová flexibilita. Majitelka hotelu může určit přesné datum a čas, kdy bude toto školení realizováno. Celkem bude tedy školeno 12 zaměstnanců, přičemž například nabídka školicí společnosti CRDR spol. s. r. o. vypadá následovně:

BALÍČEK MINI – OCHRANA ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ	
Počet uživatelů v systému	Cena celkem za rok
12 osob x 90 Kč	1 080 Kč

Obrázek 31 Individuální nabídka školení ochrany životního prostředí (BOZP.cz, 2022)

9.4.1.4 Odhadované aktivity ve čtvrté fázi projektu

- Vyhledání regionálních výrobců,
- navázání kontaktu s vybranými výrobci,
- vytvoření dohody o spolupráci a podpis smlouvy,
- zavedení produktů do nabídky.

Čtvrtá fáze projektu se zaměřuje na vytvoření spolupráce s výrobcí regionálních či ekologických produktů. Úkolem pro majitelku hotelu je nejprve vyhledat výrobce takových produktů, jejichž spolupráce s hotelem bude vhodná. V tomto případě je možné navrhnout spolupráci například s firmou HERBA LENA group s. r. o., z nedalekého Plešovce vyrábějící přírodní sirupy, marmelády a čaje. Včelařství Třasoňovi může být vhodným dodavatelem medu a medoviny. Dalším vhodným produktem do hotelové nabídky mohou být Gouda sušenky od firmy Easy Cheesy z Luhačovic. Vhodná může být i spolupráce s farmou, která hotelu zajistí dovoz sýrů a jiných mléčných výrobků. Takovou farmou může být například ekofarma z Javorníku či ekofarma Zerlina z Rožnova pod Radhoštěm.

9.4.1.5 Odhadované aktivity v páté fázi projektu

- Montáž soumrakového čidla u vchodových dveří,
- montáž baterií a sprch v koupelnách,
- umístění nádob na třídění odpadu do jednotlivých pokojů,
- umístění kompostéru,
- uvedení výdejníku na filtrovanou vodu do provozu,
- montáž doplňkových dávkovačů šamponu a sprchového gelu v koupelnách,
- montáž informačních cedulek,
- montáž regulátoru teploty,

- montáž pokojových termostátů,
- montáž hlavic ventilu na radiátory,
- montáž čidel na okna,
- uvedení systému regulátoru teploty do provozu.

Pátá fáze projektu souvisí s montáží jednotlivých prvků do provozu hotelu. Tato fáze vyžaduje zajištění alespoň jednoho odborného pracovníka, který bude garantovat bezpečné fungování jednotlivých prvků, uvedených výše. Montáž systému regulátoru teploty je zajištěna zprostředkovávající firmou a provedena odborníkem s příslušným oprávněním. U montáže všech těchto prvků je nutné počítat s určitým časovým odstupem, neboť na pokojích, které budou využívány hosty, nelze tuto montáž provést. Montáž je vhodné provádět zejména v době, kdy se v hotelu nachází co nejméně hostů, aby se zabránilo jejich rušení. Samozřejmostí je informovat hosty o možném výskytu hluku z důvodu montáže těchto prvků.

9.5 Proces získání ekologické certifikace „The Flower“

V souvislosti se zavedením udržitelných praktik je vhodnou příležitostí pro hotel získání ekologické certifikace, díky které se hotel odliší od konkurence. Zároveň slouží pro lepší orientaci hotelových hostů a navýšení jejich důvěry v poskytované služby. Získání ekologické certifikace je však podmíněno splněním konkrétních environmentálních kritérií, která jsou přísně kontrolována nezávisle třetí stranou.

Součástí tohoto projektu je tedy proces získání ekologické certifikace „The Flower“. Je však důležité podotknout, že se jedná pouze o návrh, na který může hotel v budoucnu přistoupit v případě, že na základě aplikovaných udržitelných praktik bude splňovat příslušná kritéria.

Tabulka 4 Harmonogram získání ekologické certifikace (*vlastní zpracování*)

Proces	01/23	03/23	04/23	05/23	05/23	06/23
Prvotní myšlenka o získání certifikace						
Seznámení se s požadavky certifikace						
Získání potřebné dokumentace						
Podání žádosti o udělení certifikace						

Předložení potřebné dokumentace						
Kontrola dokumentace certifikačním orgánem						
Rozhodnutí o přijetí žádosti						
Úhrada registračního poplatku						
Návštěva inspekce						
Vydání návrhu licenční smlouvy o udělení ekoznačky						
Přijetí loga ekoznačky						
Podpis licenční smlouvy						
Propagace licencované ubytovací služby						

V samém počátku tohoto procesu je myšlenka o získání ekologické certifikace. Následně je nutné seznámit se s konkrétními kritérii, která musí hotel splňovat v případě, že se rozhodne podat žádost o certifikaci. Tato kritéria jsou definována Evropskou komisí a vztahují se k jednotlivým oblastem fungování hotelu následovně:

- pro oblast celkového řízení (školení zaměstnanců, sledování spotřeby, informování hostů apod.),
- energetická kritéria (energetická účinnost zařízení pro vytápění vnitřních prostor, osvětlení, klimatizátorů, regulace teploty, odběr elektřiny od dodavatelů využívajících obnovitelné zdroje apod.),
- kritéria využití vody (účinnost vodovodního zařízení a příslušenství, snižování množství praného prádla apod.),
- kritéria snižování odpadu (předcházení vzniku odpadu, recyklace odpadu apod.),
- ostatní kritéria (zákaz kouření ve společenských prostorech, využití dopravních prostředků šetrných k životnímu prostředí apod.) (ROZHODNUTÍ, 2017).

Hotel musí následně získat řádnou dokumentaci deklarující splnění jednotlivých kritérií. Je však důležité zmínit, že získání této dokumentace zahrnuje i dodatečné náklady, se kterými musí hotel posléze kalkulovat. Po obdržení všech potřebných dokumentů lze podat žádost o udělení ekoznačky certifikačnímu orgánu CENIA, a to prostřednictvím formuláře spolu s příslušnou dokumentací deklarující splnění jednotlivých kritérií. V průběhu následujících 10 dnů proběhne kontrola všech předložených dokumentů a v případě jejich správnosti je doručeno oznámení o přijetí žádosti. Dále je nutné uhradit registrační poplatek. Následuje návštěva inspekce pro souhrnné vyhodnocení žádosti a doručení Rozhodnutí o posouzení žádosti certifikačním orgánem. V případě úspěšného vyhodnocení je součástí rozhodnutí také návrh licenční smlouvy k udělení ekoznačky. Po podpisu licenční smlouvy získá hotel logo ekoznačky v digitální podobě spolu s registračním číslem, jež může následně využívat při propagaci svých služeb (Průvodce žadatele o ekoznačku, b. r.).

9.6 Časová analýza

Pro jednodušší orientaci v jednotlivých etapách projektu byla vytvořena časová analýza za pomoci metody CPM. K vytvoření časové analýzy byl použit software POM-QM. Časová analýza zohledňuje jednotlivé kroky, jež byly popsány v kapitole Zavedení udržitelných praktik. Díky časové analýze lze definovat kritickou cestu, která označuje všechny klíčové činnosti projektu, jejichž prodloužení doby trvání může ovlivnit dobu trvání celého projektu. V tabulce uvedené níže jsou zapsané jednotlivé činnosti projektu, jejich odhadovaná doba trvání a všechny předcházející činnosti.

Tabulka 5 Činnosti projektu (*vlastní zpracování*)

Činnost	Popis činnosti	Délka trvání (dny)	Předcházející aktivity
A	Výběr opatření pro realizaci projektu	3	-
B	Výběr vhodných dodavatelů	7	A
C	Objednávka a platba	7	B
D	Dodání zásilek od dodavatelů	5	C
E	Nalezení vhodné firmy zabývající se regulacemi vytápění	3	A

F	Odeslání poptávky vybrané firmě	1	E
G	Obdržení nabídky	3	F
H	Odsouhlasení nabídky a podpis smlouvy	2	G
I	Platba za regulační systém	1	H
J	Výběr výrobce pro zhotovení cedulek	2	A
K	Výběr materiálu a textu cedulek	3	J
L	Odsouhlasení finální podoby cedulek	1	K
M	Zadání zakázky cedulek	1	L
N	Příjem zakázky cedulek	14	M
O	Výběr školicí společnosti	2	I, J
P	Poptávka e-learningového školicího kurzu	1	O
Q	Platba za školení	1	P
R	Uskutečnění školení	1	Q
S	Vyhledání regionálních výrobců	3	O
T	Zahájení spolupráce s vybranými výrobci	14	S
U	Uvedení regionálních produktů do nabídky	5	T
V	Montáž cedulek a jednotlivých prvků	4	D, N
W	Montáž systému regulátoru teploty	4	I
X	Uvedení systému regulátoru vytápění do provozu	1	W
Y	Kontrola funkčnosti všech opatření	5	V, X

9.6.1 Výsledná časová analýza

Zapsáním všech potřebných údajů do softwaru POM-QM lze následně vyhodnotit výsledek časové analýzy, a zjistit tak kritickou cestu projektu.

QM for Windows - [Data Table]

File Edit View Module Format Tools Window Help

Network type: Immediate predecessor list, Start/end node numbers

Method: Single time estimate

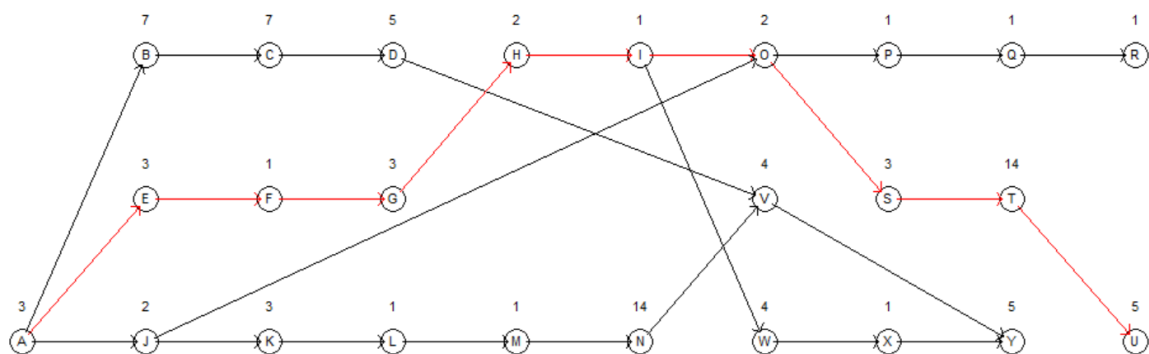
Activity	Activity time	Predecessor 1	Predecessor 2	Predecessor 3	Predecessor 4	Predecessor 5	Predecessor 6	Predecessor 7
B	7	A						
C	7	B						
D	5	C						
E	3	A						
F	1	E						
G	3	F						
H	2	G						
I	1	H						
J	2	A						
K	3	J						
L	1	K						
M	1	L						
N	14	M						
O	2	I	J					
P	1	O						
Q	1	P						
R	1	Q						
S	3	O						
T	14	S						
U	5	T						
V	4	D	N					
W	4	I						
X	1	W						
Y	5	V	X					

Obrázek 32 Údaje pro časovou analýzu (software POM-QM)

Activity	Activity time	Early Start	Early Finish	Late Start	Late Finish	Slack
Project	37					
A	3	0	3	0	3	0
B	7	3	10	9	16	6
C	7	10	17	16	23	6
D	5	17	22	23	28	6
E	3	3	6	3	6	0
F	1	6	7	6	7	0
G	3	7	10	7	10	0
H	2	10	12	10	12	0
I	1	12	13	12	13	0

Obrázek 33 Řešení časové analýzy projektu (software POM-QM)

J		2	3	5	7	9	4
K		3	5	8	9	12	4
L		1	8	9	12	13	4
M		1	9	10	13	14	4
N		14	10	24	14	28	4
O		2	13	15	13	15	0
P		1	15	16	34	35	19
Q		1	16	17	35	36	19
R		1	17	18	36	37	19
S		3	15	18	15	18	0
T		14	18	32	18	32	0
U		5	32	37	32	37	0
V		4	24	28	28	32	4
W		4	13	17	27	31	14
X		1	17	18	31	32	14
Y		5	28	33	32	37	4

Obrázek 34 Řešení časové analýzy projektu (*software POM-QM*)Obrázek 35 Graf znázorňující kritickou cestu projektu (*software POM-QM*)

Celková doba trvání projektu pro zavedení udržitelných praktik v hotelu La Fresca je stanovena na 37 dní. Na výše uvedeném grafickém znázornění je pak zaznamenána kritická cesta červenou barvou.

Kritickou cestu tvoří tyto činnosti: $A \rightarrow E \rightarrow F \rightarrow G \rightarrow H \rightarrow I \rightarrow O \rightarrow S \rightarrow T \rightarrow U$.

Činnosti tvořící kritickou cestu nemají žádnou časovou rezervu. Proto v případě nutnosti prodloužení některé z činností projektu je nutné počítat s prodloužením doby trvání projektu jako celku. Nejdelší časovou rezervu má tento projekt u činností P, Q a R, a to celkem 19 dní. V rámci časové rezervy se tyto činnosti mohou opozdit, aniž by byl zásadním způsobem ovlivněn časový průběh projektu. Naopak nejvíce časově náročná je činnost N. Jedná se však o činnost příjmu zakázky informačních cedulí. Řeč je o činnosti příjmu zakázky informačních cedulek, přičemž se jedná o individuální zakázku a její dřívější doručení nemůže výrobce garantovat. Další časově náročnou činností je činnost T, tedy zahájení spolupráce s vybranými regionálními výrobci.

9.7 Nákladová analýza

Důležitou součástí projektu je analýza nákladů, které je nutné vynaložit k tomu, aby bylo možné realizovat projekt pro zavedení udržitelných praktik v hotelu La Fresca. Z navržených opatření byl po konzultaci s majitelkou hotelu vybrán seznam těch opatření, která má hotel v plánu realizovat, a jejichž celková cena je v této kapitole vyčíslena.

9.7.1 Náklady na materiál

Pro realizaci vybraných opatření je nutné nejprve zjistit cenu potřebného materiálu. Náklady na materiál jsou rozděleny na položky pro realizaci úsporných opatření a spotřební materiál. Náklady na položky pro realizaci úsporných opatření jsou zaměřeny na nákup soumrakového čidla, nádob na třídění odpadu, doplňitelných dávkovačů, kompostéru, kovových brček, výdejníku na filtrovanou vodu, úsporných vodovodních baterií a úsporných sprchových hlavic. Náklady na jednotlivé položky potřebné k instalaci regulátoru teploty jsou uvedeny v samostatném výpočtu. Tyto položky představují náklady na nákup bezdrátového regulátoru, bezdrátových pokojových termostátů, termoelektrických hlavic ventilu a bezdrátových čidel pro identifikaci otevření okna. Spotřební materiál kalkuluje materiál potřebný na jeden měsíc. Jedná se o nákup recyklovaného toaletního papíru, kapesníků a ekologických prostředků na mytí nádobí a praní. Vzhledem k tomu, že se na trhu nachází velké množství druhů jednotlivých komodit, je zde uvedena odhadovaná cena, která se v konečném důsledku může lišit v závislosti na konkrétním výběru značky, materiálu či kvality. Výsledná cena proto slouží jako orientační.

V tabulce uvedené níže jsou znázorněny náklady na nákup položek pro realizaci úsporných opatření.

Tabulka 6 Náklady na položky *(vlastní zpracování)*

Položka	Množství	Pořizovací cena za kus vč. DPH	Cena celkem
Soumrakové čidlo	1	159 Kč	159 Kč
Nádoby na třídění odpadu	13	722 Kč	9 386 Kč
Kompostér	1	1 715 Kč	1 715 Kč
Dávkovač šamponu a sprchového gelu	13	797 Kč	10 361 Kč

Výdejník na filtrovanou vodu	1	33 980 Kč	33 980 Kč
Úsporná vodovodní baterie	17	3 800 Kč	64 600 Kč
Úsporná sprchová hlavice	13	1 690 Kč	21 970 Kč
Kovová brčka	50	21,5 Kč	1 075 Kč
Náklady celkem			143 246 Kč

Orientační cena všech výše uvedených položek potřebných k realizaci úsporných opatření tohoto projektu činí celkem **143 246 Kč**.

V rámci zavedení systému regulace vytápění jsou v následující tabulce započítány náklady na jednotlivé položky související se zavedením tohoto systému.

Tabulka 7 Náklady na instalaci regulátoru vytápění (*vlastní zpracování*)

Položka	Množství	Pořizovací cena za kus vč. DPH	Cena celkem
Bezdrátový regulátor	7 648,- Kč	1	7 648,- Kč
Bezdrátový pokojový termostat	1 252,- Kč	13	16 276,- Kč
Termoelektrická hlavice ventilu	818,- Kč	23	18 814,- Kč
Bezdrátové čidlo otevření okna	974,- Kč	23	22 402,- Kč
Náklady celkem			65 140 Kč

Cena všech výše uvedených položek potřebných pro zavedení systému regulace vytápění činí celkem **65 140 Kč**.

V následující tabulce je provedena kalkulace spotřebního materiálu souvisejícího se zavedením udržitelných praktik v hotelu. Jedná se o odhadované náklady spotřebního materiálu, a to na jeden měsíc.

Tabulka 8 Náklady na spotřební materiál (*vlastní zpracování*)

Položka	Množství/ měsíc	Pořizovací cena za kus vč. DPH	Cena celkem
Recyklovaný toaletní papír	800 ks	9 Kč	7 200 Kč

Recyklované kapesníčky	25 ks	32 Kč	800 Kč
Ekologický prostředek na mytí nádobí	1,7 kg	350 Kč	350 Kč
Ekologický prostředek na praní	2,4 kg	270 Kč	270 Kč
Náklady celkem			8 620 Kč

Předpokládaná cena výše uvedeného spotřebního materiálu na jeden měsíc činí celkem **8 620 Kč**.

9.7.2 Náklady na informační cedulky

Důležitou součástí projektu je instalace informačních cedulek. Jejich výroba bude probíhat formou zakázky, přičemž cena jednoho kusu se odvíjí od použitého materiálu a složitosti výroby. Pro zhotovení informačních cedulek projektu byly zvoleny tyto parametry:

- materiál – smaltovaný kov s gravírovanou grafikou,
- velikost – 140 × 90 mm,
- počet – 40 ks.

Nabídka firmy INTERSIGN, s. r. o., na zhotovení rovných smaltovaných kovových cedulí o velikosti 140 × 90 mm vypadá následovně:

Tabulka 9 Náklady na výrobu informačních cedulek (*vlastní zpracování*)

Druh cedulí	Cena za kus bez DPH	Množství	Cena celkem bez DPH	DPH	Cena celkem vč. DPH
Smaltovaný kov (140 × 90 mm)	274 Kč	40 ks	10 960 Kč	21 %	13 262 Kč

Celková cena výroby 40 kusů rovných smaltovaných kovových cedulí činí **13 262 Kč**.

V souvislosti s informačními cedulkami je nutné počítat i s dodatečnými náklady na materiál nutný k jejich bezpečné instalaci. Tímto materiálem jsou šrouby, hmoždinky, podložky a krytky. Kalkulace nákladů na nákup těchto položek, pro celkem 40 kusů informačních cedulek, je znázorněna v tabulce uvedené níže. Samotnou instalaci pak bude provádět

odborný pracovník, který zajistí spolehlivou a bezpečnou montáž. Náklady na práci tohoto pracovníka jsou uvedeny v samostatné kapitole „Náklady na montáž prvků“.

Tabulka 10 Náklady na montážní materiál cedulek (*vlastní zpracování*)

Položka	Množství	Pořizovací cena za kus vč. DPH	Cena celkem
Šroub	160 ks	3,15 Kč	504 Kč
Hmoždinka	160 ks	1,25 Kč	200 Kč
Podložka	160 ks	0,16 Kč	25.6 Kč
Krytka	160 ks	2,06 Kč	330 Kč
Náklady celkem			1 060 Kč

Celková cena dodatečného materiálu pro instalaci informačních cedulek činí **1 060 Kč**.

Konečná cena informačních cedulek: 13 262 Kč + 1 060 Kč = **14 322 Kč**.

9.7.3 Náklady na školení zaměstnanců

Do nákladů na projekt je nutné zahrnout i náklady vynaložené na školení zaměstnanců, zaměřené na ochranu životního prostředí. Obsahem tohoto školení jsou informace, která souvisejí s úsporou energií (např. osvětlení, vytápění a klimatizace) a úsporou vody (např. zamezení nadměrného užívání či únik vod). Kurz dále obsahuje informace zaměřené na recyklaci odpadu, nakládání s odpady a nebezpečnými látkami, a zacházení s prostředky určenými pro úklid, mytí nádobí a praní. Nedílnou součástí tohoto školení je i seznámení zaměstnanců se základní legislativou ohledně ochrany životního prostředí.

V tabulce uvedené níže je zapsaná kalkulace nabídky od společnosti CRDR spol. s. r. o., pro celkem 12 zaměstnanců.

Tabulka 11 Náklady na školení zaměstnanců (vlastní zpracování)

Typ školení	Cena za osobu bez DPH	Cena bez DPH	DPH	Cena celkem vč. DPH
Základní školení ochrany životního prostředí	90 Kč	1 080 Kč	21 %	1 307 Kč

Na základě nabídky poskytnuté společností CRDR spol. s. r. o., činí cena školení pro 12 zaměstnanců celkem **1 307 Kč**.

9.7.4 Náklady na montáž prvků

V kalkulaci nákladů je nutné neopomenout ani náklady na montáž informačních cedulek a jednotlivých prvků, potřebných k realizaci tohoto projektu. Na tuto práci lze využít služeb odborného pracovníka, který zajistí spolehlivou a bezpečnou montáž všech potřebných prvků. Cílem tohoto pracovníka bude tedy montáž informačních cedulek, soumrakového čidla, doplnitelných dávkovačů šamponu a sprchového gelu, úsporných vodovodních baterií a sprchových hlavic a uvedení výdejníku na filtrovanou vodu do provozu. Všechny tyto položky, kromě soumrakového čidla a výdejníku na filtrovanou vodu, budou instalovány na každém pokoji, přičemž je nutné brát ohled na aktuální obsazenost hotelu, neboť na pokojích, která budou využívána hosty nelze v daný moment montáž provést. Hodinová mzda tohoto pracovníka činí 250 Kč. Odhadovaná doba montáže je 16 hodin.

Odhadovaná cena montáže: $250 \times 16 = 4\,000$ Kč

9.7.5 Náklady na ekologickou certifikaci „The flower“

V případě, že se hotel rozhodne požádat o ekoznačku, je třeba počítat s náklady na tuto certifikaci. Je také nutné zmínit, že hotel musí kalkulovat i s dodatečnými náklady na získání příslušné dokumentace k udělení certifikace. Tyto náklady zde však nejsou zahrnuté, neboť k získání cenové kalkulace těchto dokumentů je potřeba posouzení příslušného orgánu, který tuto dokumentaci poskytuje. Při podání žádosti o ekologickou certifikaci se hradí registrační poplatek. Pokud je hotelu certifikace udělena, musí se následně hradit roční poplatek za její užívání.

Tabulka 12 Náklady na certifikaci (*Průvodce žadatele o ekoznačku, b. r.*)

Registrační poplatek	Roční poplatek
6 750 Kč	11 250 Kč

9.7.6 Celkové náklady na projekt

Níže je uvedena celková kalkulace všech zjištěných nákladů potřebných k realizaci tohoto projektu. Nejsou zde však započítané náklady na spotřební materiál v celkové výši 8 620 Kč, protože se jedná o náklady vynaložené za jeden měsíc. Dále zde nejsou zahrnuty náklady na ekologickou certifikaci. Tyto náklady jsou pak závislé na samotném rozhodnutí hotelu, zda o ekologickou certifikaci v budoucnu zažádá.

Tabulka 13 Celkové náklady na projekt (*vlastní zpracování*)

Druh nákladu	Celkem vč. DPH
Náklady na materiál	143 246 Kč
Náklady na regulaci vytápění	65 140 Kč
Náklady na informační cedulky	14 322 Kč
Náklady na školení zaměstnanců	1 307 Kč
Náklady na montáž prvků	4 000 Kč
Celkové náklady na projekt	228 015 Kč

Nejnákladnější položkou celého projektu jsou náklady na nákup materiálu, tedy nákup těch položek, která jsou klíčová pro realizaci úsporných opatření.

9.8 Riziková analýza

Pro tento projekt byla v rámci analýzy rizik vybrána metoda RIPRAN. Cílem této analýzy je identifikovat potenciální rizika projektu, která mohou mít vliv na zavedení udržitelných praktik v hotelu La Fresca.

9.8.1 Analýza rizik dle metody RIPRAN

Smyslem analýzy rizik je identifikace potenciálních rizik, která mohou mít vliv na finální hodnocení výstupu tohoto projektu. Postup zpracování a následné vyhodnocení je provedeno na základě metody RIPRAN.

Identifikovaná rizika:

- překročení očekávaných finančních nákladů,
- neochota zaměstnanců spolupracovat na udržitelných praktikách,
- nedůvěra a neochota hostů spolupracovat na udržitelnosti hotelu,
- nákup nevhodných prostředků pro realizaci projektu,
- realizace chybných opatření,
- aplikace udržitelných praktik v konkurenčním hotelu,
- předání chybných informací hostům v souvislosti s udržitelností.

Tabulka 14 Identifikace hrozeb a jejich scénářů (*vlastní zpracování*)

Riziko	Hrozba	Scénář
1	Překročení očekávaných finančních nákladů na projekt	Neschopnost uhradit veškeré náklady na realizaci projektu
2	Neochota zaměstnanců spolupracovat na udržitelných praktikách	Pokles kvality ubytování v souvislosti s udržitelností
3	Nedůvěra a neochota hostů spolupracovat na udržitelnosti hotelu	Zvýšení nákladů na provoz hotelu, menší úspory zdrojů
4	Nákup nevhodných prostředků pro realizaci projektu	Snížení životnosti, technické problémy, častější údržba
5	Realizace chybných opatření	Snížení kvality výstupu projektu
6	Aplikace udržitelných praktik v konkurenčním hotelu	Pokles konkurenční výhody

7	Předání chybných informací hostům v souvislosti s udržitelností	Snížení důvěry hostů
---	--	----------------------

9.8.2 Hodnocení rizika

Pro vyhodnocení rizika byla vybrána kvalitativní analýza. Pravděpodobnost vzniku rizika a jeho odhadovaný dopad byly označeny hodnotou na stupnici 1–5 pro určení pravděpodobnosti výskytu daného rizika, kdy hodnota 5 označuje vysokou pravděpodobnost výskytu, a naopak hodnota 1 označuje malou pravděpodobnost výskytu. Tabulka uvedená níže definuje podrobnější popis sestavené stupnice.

Tabulka 15 Stupnice hodnocení rizika (*vlastní zpracování*)

Hodnota	Pravděpodobnost výskytu	Dopad
1	Takřka nemožné	Velmi malý
2	Výjimečně možné	Malý
3	Obvykle možné	Střední
4	Pravděpodobné	Velký
5	Zaručeně možné	Velmi velký

V následující tabulce je provedeno ohodnocení identifikovaných rizik tohoto projektu. V návaznosti na to byl proveden výpočet hodnoty, která definuje významnost rizika. Tento výpočet byl učiněn pomocí obecného vzorce pro výpočet hodnoty rizika: $R = P \times D$.

Tabulka 16 Ohodnocení identifikovaných rizik (*vlastní zpracování*)

Označení rizika	Riziko	Pravděpodobnost	Dopad	Významnost rizika
1	Překročení očekávaných finančních nákladů na projekt	4	4	16

2	Neochota zaměstnanců spolupracovat na udržitelných praktikách	2	3	6
3	Nedůvěra a neochota hostů spolupracovat na udržitelnosti hotelu	4	3	12
4	Nákup nevhodných prostředků pro realizaci projektu	2	4	8
5	Realizace chybných opatření	3	3	9
6	Aplikace udržitelných praktik v konkurenčním hotelu	3	1	3
7	Předání chybných informací hostům v souvislosti s udržitelností	2	2	4

Dále je uvedena tabulka vhodná pro posouzení závažnosti rizika, přičemž byly určeny konkrétně tři kategorie míry rizika.

Tabulka 17 Stupnice pro určení závažnosti rizika (*vlastní zpracování*)

Kategorie	Rozsah	Komentář
Přijatelné	1–7	Je přijatelné, žádná protiopatření
Významné	8–15	Je nutné navrhnout protiopatření
Kritické	16–25	Významné, nutné eliminovat

9.8.3 Matice rizik

Následně je vytvořena matice rizik, umožňující lepší vizualizaci celkové závažnosti identifikovaných rizik projektu. Na základě matice rizik lze vidět, že projekt ohrožují tři

významná rizika, přičemž pouze jedno riziko lze označit jako kritické. V návaznosti na to je pak nutné provést konkrétní opatření pro eliminaci vzniku rizika.

Tabulka 18 Matice rizik (*vlastní zpracování*)

P/D	1	2	3	4	5
1	1	2	3	4	5
2	2	4 (R7)	6 (R2)	8 (R4)	10
3	3 (R6)	6	9 (R5)	12	15
4	4	8	12 (R3)	16 (R1)	20
5	5	10	15	20	25

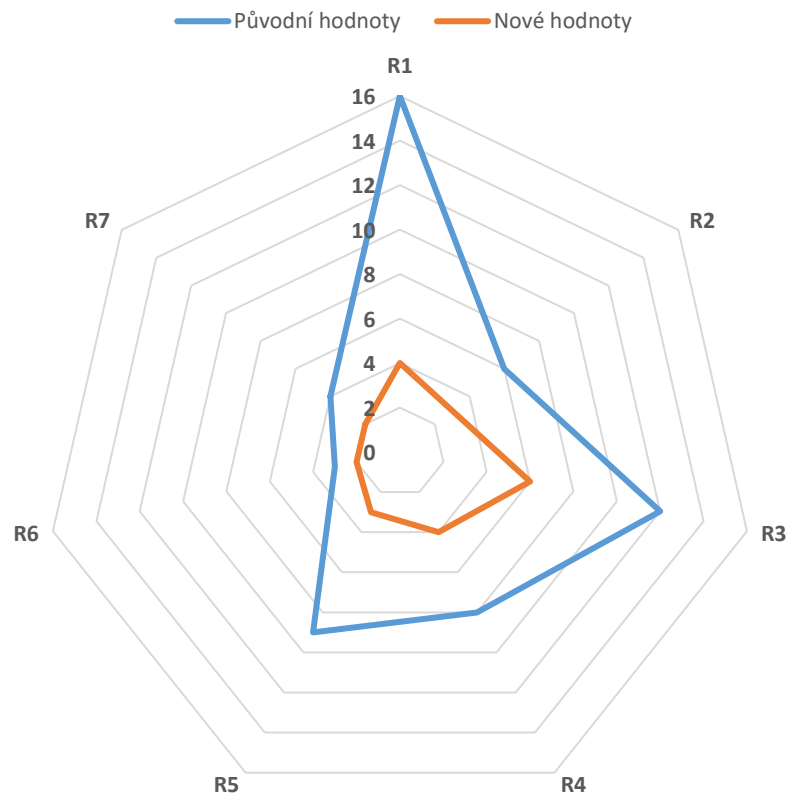
9.8.4 Opatření vhodná pro snížení rizik

Pravděpodobnost vzniku identifikovaných rizik lze eliminovat vhodnými opatřeními, jež jsou uvedena v tabulce níže.

Tabulka 19 Opatření pro snížení rizik (*vlastní zpracování*)

Označení rizika	Riziko	Opatření	Nová pravděpodob.	Dopad	Nová významnost rizika
1	Překročení očekávaných finančních nákladů na projekt	Finanční analýza a vyhodnocení nákladů	1	4	4
2	Neochota zaměstnanců spolupracovat na udržitelných praktikách	Školení ohledně ochrany životního prostředí a motivace	1	3	3

3	Nedůvěra a neochota hostů spolupracovat na udržitelnosti hotelu	Motivace v podobě odměny	2	3	6
4	Nákup nevhodných prostředků pro realizaci projektu	Průzkum trhu před zahájením projektu	1	4	4
5	Realizace chybných opatření	Vytvoření detailního plánu realizace	1	3	3
6	Aplikace udržitelných praktik v konkurenčním hotelu	Odlišení se od konkurence, propagace skrze reklamu	2	1	2
7	Předání chybných informací hostům v souvislosti s udržitelností	Školení zaměstnanců, vzdělávání	1	2	2



Obrázek 36 Srovnání významnosti rizik (*vlastní zpracování*)

V případě aplikace opatření, která mají za cíl eliminovat pravděpodobnost vzniku identifikovaných rizik, lze sledovat potenciál pro snížení významnosti rizik. Tato situace je zřejmá na grafu uvedeném výše. Nejkritičtějším rizikem lze v tomto projektu označit překročení očekávaných finančních nákladů na projekt. Toto riziko je však možné eliminovat vytvořením finanční analýzy a vyhodnocením nákladů na projekt před samotným zahájením projektu. Je vhodné disponovat finanční rezervou pro případ neočekávaného zvýšení nákladů. Dalším velice významným rizikem je nedůvěra a neochota hostů spolupracovat na udržitelných praktikách v hotelu. V tomto případě je vhodné zavést taková opatření, která budou hosty motivovat ke spolupráci na šetrném chování k životnímu prostředí. Stejně tak je důležité informovat hosty o udržitelných praktikách, a to buď slovně, nebo skrze nápisy umístěné na konkrétních místech v hotelu.

10 SHRUTÍ PROJEKTOVÉ ČÁSTI

V projektové části diplomové práce byl nejprve vytvořen návrh vhodných udržitelných praktik pro zavedení v hotelu La Fresca. Po konzultaci s majitelkou hotelu byla následně pro projekt vybrána konkrétní udržitelná opatření, která budou v hotelu realizována. Projekt se tedy zaměřoval na instalaci regulátoru vytápění a chlazení, soumrakového čidla, úsporných koupelnových baterií a sprch, umístění nádob na třídění odpadu a kompostéru, instalaci doplňkových dávkovačů šamponu a sprchového gelu, výdejníku na filtrovanou vodu, instalaci informačních cedulek, školení zaměstnanců ohledně ochrany životního prostředí a používání recyklovaného toaletního papíru, kapesníků, kovových brček a šetrných prostředků na mytí nádobí a praní. V následující části byly definovány aktivity související se zavedením vybraných udržitelných praktik, přičemž tyto aktivity byly rozděleny do pěti fází. První fáze byla zaměřena na nákup jednotlivých prvků udržitelnosti potřebných k realizaci projektu. Druhá fáze byla věnovaná aktivitám pro zajištění systému regulace vytápění a chlazení. Následující třetí fáze popisovala aktivity pro zabezpečení školení zaměstnanců. Čtvrtá fáze byla zaměřena na zahájení nové spolupráce s regionálními výrobci, a konečná pátá fáze se zabývala montáží nakoupených prvků, regulátoru vytápění a informačních cedulek. Dále byl popsán proces získávání ekologické certifikace, pro případ, že se hotel rozhodne o tuto certifikaci v budoucnu požádat.

Projekt byl následně podroben časové analýze, při níž byla využita metoda CPM s použitím programu POM-QM. Díky této analýze bylo zjištěno, že doba potřebná pro realizaci projektu představuje 37 dní. Náklady na realizaci projektu byly pomocí nákladové analýzy vyčísleny celkem na 228 015 Kč. V závěrečné části byl projekt podroben rizikové analýze, pro kterou byla použita metoda RIPRAN. Díky této analýze byla zaznamenána rizika projektu spolu s pravděpodobností výskytu a možností jejich dopadu. Na základě této metody bylo zjištěno, že nejkritičtějším rizikem projektu je překročení očekávaných finančních nákladů či nedůvěra a neochota hostů spolupracovat na udržitelných praktikách v hotelu. Nakonec byla v rámci analýzy rizik navržena opatření pro snížení pravděpodobnosti výskytu všech identifikovaných rizik.

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo vytvořit projekt zavedení udržitelných praktik v hotelu pro zvýšení loajality zákazníka ke značce.

Pro naplnění tohoto cíle byla vytvořena analýza současného stavu vybraného hotelu. Získání potřebných informací pro analýzu proběhlo na základě rozhovoru s manažerkou hotelu. Díky tomu bylo možné detailněji popsat konkrétní činnosti a aktivity hotelu v rámci jednotlivých pilířů udržitelnosti. Dále byl proveden výpočet produkce uhlíkové stopy pomocí nástroje Hotel Carbon Measurement Initiative, který zjistil, že celková uhlíková stopa na jeden obsazený pokoj/noc je celkem 13,8 kgCO₂. Obdobným způsobem byla za použití nástroje Hotel Water Measurement Initiative zjištěna spotřeba vody, která byla vyčíslena celkem na 106 litrů na jeden obsazený pokoj/noc. Následně byla provedena SWOT analýza, díky které bylo zjištěno, že nejsilnější stránkou hotelu je jeho výborná lokalita v centru města Kroměříže, dále profesionálně vystupující personál, spolupráce s lokálními dodavateli a vhodné předpoklady pro zavedení udržitelných praktik pro snížení spotřeby vody, energií a tvorby odpadu. Následně byl proveden sběr potřebných informací za použití metody dotazníkového šetření, přičemž byly použity dva různé dotazníky. Dotazník určený zákazníkům s cílem rozpoznat, jak zákazníci vnímají hotelové praktiky v rámci udržitelnosti, a naopak dotazník určený hotelům s cílem zjistit, jaké podněty o udržitelnosti vysílají hotely směrem k zákazníkům.

Projektová část se nejdříve zabývala návrhem udržitelných praktik vhodných pro realizaci v hotelu La Fresca. V rámci návrhu udržitelných praktik byla popsána i problematika školení zaměstnanců, ale i opatření, díky kterým se hosté budou v této problematice lépe orientovat, čímž se zvýší jejich zájem o zapojení se do procesu šetrného chování vůči životnímu prostředí. Samotný projekt byl následně zaměřen na zavedení konkrétních opatření, a to na instalaci regulátoru vytápění a chlazení, soumrakového čidla u vchodových dveří, úsporných koupelnových baterií a sprch, doplňkových dávkovačů šamponu a sprchového gelu, nákup nádob na třídění odpadu a kompostéru, školení zaměstnanců ohledně ochrany životního prostředí, instalaci informačních cedulek, nákup výdejníku na filtrovanou vodu, používání recyklovaného toaletního papíru, kapesníků, kovových brček, ekologicky šetrných prostředků na mytí nádobí a praní a zahájení nové spolupráce s regionálními výrobci. Financování projektu bude probíhat z vlastních zdrojů. Projektová část dále popsala průběh získávání ekologické certifikace. Důležitou součástí projektu byla i časová analýza,

provedená metodou CPM, dále nákladová analýza pro kalkulaci nákladů potřebných na realizaci projektu a také riziková analýza metodou RIPRAN.

Veškerá opatření uvedená v této práci, která budou implementována, minimalizují vliv hotelu na životní prostředí a jeho celkovou spotřebu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie

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

FILDÁN, Zdeněk, 2016. *Průručka EMS podle ISO 14 001: praktický průvodce pro zavedení a udržování systému environmentálního managementu podle normy ČSN EN ISO 14 001*. Tachov: Envi Group. ISBN 978-80-904215-1-6.

GARDETTI, Miguel Angel a Ana Laura TORRES, c2016. *Sustainability in hospitality: how innovative hotels are transforming the industry*. Vi. Sheffield: Greenleaf Publishing. ISBN 9781783531998.

GÚČIK, Marian, 2010. *Cestovný ruch: úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Dali-BB. Knižnica cestovného ruchu. ISBN 978-80-89090-80-8.

HERMAN, Daly, 1996. *Beyond Growth: Economics of Sustainable Development* [online]. Vii. 253 s. Beacon Pr [cit. 2022-02-13]. ISBN 0807047082. Dostupné z: <http://pinguet.free.fr/daly1996.pdf>

KIRÁĽOVÁ, Alžbeta a Ivo STRAKA, 2013. *Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress. ISBN 978-80-86929-99-6.

KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada. ISBN 978-802-4746-036.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing management*. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.

KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ, 2018. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3075-2.

KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS, 2011. *Moderní hotelový management: nejnovější poznatky a trendy v řízení hotelů: komplexní informace o hotelovém provozu a jeho organizaci: optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku: případové studie a příklady*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3868-0.

NELSON, Velvet, [2017]. *An introduction to the geography of tourism*. 2nd edition. London: Lanham: Rowman & Littlefield. ISBN 9781442271081.

PALATKOVÁ, Monika, 2014. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus. 2.*, aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4862-7.

PÁSKOVÁ, Martina, 2009. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-006-1.

PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK, 2010. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3157-5.

POLÁŠKOVÁ, Anna, 2011. *Úvod do ekologie a ochrany životního prostředí*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1927-9.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4039-3.

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

ŠEFČÍK, Vladimír a Tomáš JERÁBEK, 2017. *Management služeb hotelnictví a cestovního ruchu – vybrané kapitoly*. Český Těšín: 2 Theta. ISBN 978-80-86380-84-1.

TAHAL, Radek. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0206-8.

VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ, 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.

ZÁVODNÁ, Lucie Sára, 2015. *Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-4576-2.

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

Elektronické zdroje

Achs.cz, 2018. Achs.cz: Advanced Cooling & Heating Systems [online]. 14.10.2018 [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: <https://achs.cz/rady-klimatizace/zakladni-chladiva-uzivana-v-soucasne-dobe-v-klimatizacich-r410-a-r407c-r32/>

AZNAR, Juan Pedro, Josep Maria SAYERAS, Jorge GALIANA a Alba ROCAFORT, 2016. *Sustainability Commitment, New Competitors' Presence, and Hotel Performance: The Hotel Industry in Barcelona*. Sustainability [online]. 4 August 2016, 8 [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: doi:10.3390/su8080755

BAYNOVA, Yoana, 2019. Green Hotels Pave the Way to Improved Guest Loyalty. *Clock PMS+* [online]. 25 October 2019 [cit. 2022-04-02]. Dostupné z: <https://www.clock-software.com/blog/green-hotels-improve-guest-loyalty.html>

Borůvková farma Postoupky: Pěstujeme pro vás nejchutnější odrůdy borůvek, c2022. Borůvková farma Postoupky [online]. [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://www.farmaboruvka.cz/>

BOZP.CZ, 2022. Nabídka školení – balíček MINI. Praha.

CzechTourism, c2008-2022. *CzechTourism: Udržitelný cestovní ruch* [online]. CzechTourism – Česká centrála cestovního ruchu [cit. 2022-02-06]. Dostupné z: <https://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>

KUBÍČKOVÁ, Markéta, H.G. PARSA, Khaldoon NUSAIR a Hsin-Hui Sunny Hu, 2014. Does green hotel image influence guests' behavior: The case of generation Y. *Journal of Services Reseaerch* [online]. 1 October 2014, 14(2) [cit. 2022-02-19]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/281410042_Does_green_hotel_image_influence_guests%27_behavior_The_case_of_generation_Y

La Fresca: Láská ve dvou, 2022. La Fresca [online]. 24.1.2022 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://lafresca.cz/cs/Blog/laska-ve-dvou-362>

MANAKTOLA, Kamal a Vinnie JAUHARI, 2007. Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* [online]. Emerald Group Publishing Limited, 17 July 2007, 19(5), 364-377 [cit. 2022-02-19]. ISSN 0959-6119. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1108/09596110710757534>

Město Kroměříž, b. r. Město Kroměříž [online]. [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: <https://www.mesto-kromeriz.cz/o-meste/pamatkove-objekty/>

MMR, c2022. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR: Základní pojetí konceptu udržitelného rozvoje [online]. [cit. 2022-03-31]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/regionalni-rozvoj/informace,-aktuality,-seminare,->

pracovni-skupiny/psur/uvodni-informace-o-udrzitelnem-rozvoji/zakladni-pojeti-konceptu-udrzitelneho-rozvoje

MMR, c2022. 2. *Udržitelný rozvoj cestovního ruchu* [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [cit. 2022-01-27]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/informace-udalosti/konference-o-certifikaci-trvale-udrzitelných-aktiv/2-udrzitelný-rozvoj-cestovniho-ruchu?feed=AllPageFefed>

MMR, b.r. *Green management* [online]. [cit. 2022-02-22]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/40090ab2-4f67-4a85-bce4-c1e78310772f/GetFile36.pdf>

MMR, 2021. *Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021-2030* [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [cit. 2022-01-27]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getattachment/2c398529-b36d-470e-9a6f-57aa11f57ad8/Strategie-rozvoje-CR-CR-2021-2030.pdf.aspx?lang=cs-CZ&ext=.pdf>

Nazeleno.cz: Ekologické značky aneb nenechte se zmást zelenými kytičkami!, c2018-2022. *Nazeleno.cz* [online]. [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: <https://www.nazeleno.cz/bydleni/domacnost/ekologicke-znacky-aneb-nenechte-se-zmast-zelenymi-kytickami.aspx>

NQA, c2021. *Co je ISO 14001* [online]. [cit. 2022-02-24]. Dostupné z: <https://www.nqa.com/cs-cz/certification/standards/iso-14001>

OXENSWÄRDH, Anette, 2020. Sustainability Practice at Hotels on the Island of Gotland in Sweden – an exploratory study. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation* [online]. Sciendo, 1 August 2020, 10(3), 203-212 [cit. 2022-04-01]. Dostupné z: doi: <https://doi.org/10.2478/ejthr-2020-0018>

Průvodce žadatele o ekoznačku: Ekologicky šetrný výrobek, Ekologicky šetrná služba a Ekoznačku EU, b.r. Dostupné také z: https://ekoznacka.cz/sites/default/files/public-pages-content/MET_4_Pruvodce_zadatele_o_ekoznacku_01.pdf

ROZHODNUTÍ: ROZHODNUTÍ KOMISE (EU) 2017/175 ze dne 25. ledna 2017 o stanovení kritérií pro ekoznačku EU pro turistické ubytování, 2017. Brusel. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017D0175&from=CS>

SILVA, Graça Miranda a Álvaro Lopes DIAS, 2021. *Sustainability Practices in Hospitality: Case Study of a Luxury Hotel in Arrábida Natural Park* [online]. Sustainability, 13 March 2021, 1-21 [cit. 2022-04-01]. Dostupné z: doi:10.3390/su13063164.

TŘÍDĚNÍODPADU.CZ, c2007-2022. *Co je to greenwashing?* [online]. Concept 42 [cit. 2022-01-27]. Dostupné z: <https://www.trideniodpadu.cz/greenwashing>

URBANOVÁ, Eva a Adéla ŠATROVÁ, 2018. NILA: Zelený marketing ("greenwashing") [online]. 28.4.2018 [cit. 2021-11-16]. Dostupné z: <https://www.nila.cz/blog/archiv/archiv-fashion/zeleny-marketing-greenwashing/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CENIA	Česká informační agentura životního prostředí
CPM	metoda kritické cesty
CR	cestovní ruch
CSR	společenská odpovědnost firem
DPH	daň z přidané hodnoty
ECEAT	Evropské Centrum pro eko-agro turistiku (European Centre for Ecology and Tourism)
EMAS	systém řízení podniku a auditů z hlediska ochrany životního prostředí (Eco-Management and Audit Scheme)
EMS	systémy environmentálního řízení (Environmental Management Systems)
GRI	Nezávislá mezinárodní organizace (Global Reporting Initiative)
HORTEC	Konfederace národních asociací hotelů, restaurací, kaváren a obdobných zařízení v Evropské unii a evropském ekonomickém prostoru
IHG	InterContinental Hotels Group
ISO	Mezinárodní organizace pro normalizaci
Kč	koruna česká
Kg	kilogram
kgCO ₂	oxid uhličitý v kilogramech
ks	kus
kWh	kilowatthodina
l	litr
LED	elektroluminiscenční dioda (Light-Emitting Diode)
LEED	certifikace budov (Leadership in Energy & Environmental Design)
mm	milimetr
m ²	metr čtvereční
m ³	metr krychlový

POM-QM	software pro výrobu a řízení managementu
RIPRAN	metoda analýzy rizik projektů (Risk Project Analysis)
t	tuna
tCO ₂	oxid uhličitý v tunách
UNESCO	Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu
UNIHOST	Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
vč.	včetně
Wi-Fi	bezdrátová komunikace v počítačových sítích

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Planet – People – Profit schéma podle Hawkinse.....	15
Obrázek 2 Pilíře udržitelnosti.....	22
Obrázek 3 Fáze green managementu.....	35
Obrázek 4 Ekologická značka „The Flower“	37
Obrázek 5 Ekologická značka „Ekologicky šetrná služba“	38
Obrázek 6 Výsledná hodnota uhlíkové stopy	52
Obrázek 7 Výsledná spotřeba vody	53
Obrázek 8 Spotřeba vody na pokoj a hosta za noc	54
Obrázek 9 Věkové složení respondentů	58
Obrázek 10 Složení respondentů na základě vzdělání	59
Obrázek 11 Geografické údaje o respondentech	59
Obrázek 12 Chápání slova „udržitelnost“	60
Obrázek 13 Měl by se hotel choval udržitelně?	60
Obrázek 14 Vnímání udržitelnosti hotelu zákazníkem	61
Obrázek 15 Udržitelné praktiky vnímané zákazníky	61
Obrázek 16 Povědomí o ekologických značkách	62
Obrázek 17 Výběr hotelu zákazníkem	62
Obrázek 18 Ochota zákazníků připlatit si za udržitelný hotel.....	63
Obrázek 19 O kolik procent jsou zákazníci ochotni si připlatit	63
Obrázek 20 Odměna zákazníkům za šetrné chování	63
Obrázek 21 Složení hotelů dle kategorie.....	65
Obrázek 22 Geografické údaje o hotelích	65
Obrázek 23 Udržitelné praktiky uplatňované hotely	66
Obrázek 24 Informování hostů o pozitivních dopadech.....	67
Obrázek 25 Informování hostů prostřednictvím nápisů	67
Obrázek 26 Odměna hostům za šetrné chování	68
Obrázek 27 Forma odměny za šetrné chování	68
Obrázek 28 Konkurenční hotely.....	69
Obrázek 29 Pravděpodobnost výběru udržitelného hotelu zákazníkem.....	69
Obrázek 30 Zvýšení ceny ubytování v souvislosti se zavedením udržitelnosti	70
Obrázek 31 Individuální nabídka školení ochrany životního prostředí.....	80
Obrázek 32 Údaje pro časovou analýzu	85
Obrázek 33 Řešení časové analýzy projektu	85
Obrázek 34 Řešení časové analýzy projektu	86

Obrázek 36 Graf znázorňující kritickou cestu projektu	86
Obrázek 37 Srovnání významnosti rizik	98

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Cena energií za rok 2021	48
Tabulka 2 Cena vody za rok 2021	49
Tabulka 3 SWOT analýza	55
Tabulka 4 Harmonogram získání ekologické certifikace	81
Tabulka 5 Činnosti projektu	83
Tabulka 6 Náklady na položky	87
Tabulka 7 Náklady na instalaci regulátoru vytápění	88
Tabulka 8 Náklady na spotřební materiál	88
Tabulka 9 Náklady na výrobu informačních cedulek	89
Tabulka 10 Náklady na montážní materiál	90
Tabulka 11 Náklady na školení zaměstnanců	91
Tabulka 12 Náklady na certifikaci	92
Tabulka 13 Celkové náklady na projekt	92
Tabulka 14 Identifikace hrozeb a jejich scénářů	93
Tabulka 15 Stupnice hodnocení rizika	94
Tabulka 16 Ohodnocení identifikovaných rizik	94
Tabulka 17 Stupnice pro určení závažnosti rizika	95
Tabulka 18 Matice rizik	96
Tabulka 19 Opatření pro snížení rizik	96

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník pro zákazníky

Příloha P II: Dotazník pro hotely

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK PRO ZÁKAZNÍKY

Vnímání udržitelných hotelových praktik zákazníkem

Dobrý den, jmenuji se Kamila Opravilová a jsem studentkou oboru Podnikání ve službách cestovního ruchu na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Tímto bych Vás chtěla poprosit o pár minut Vašeho času pro vyplnění krátkého dotazníku. Dotazník bude sloužit jako podklad k praktické části mé diplomové práce, která se zabývá zavedením udržitelných praktik v hotelu. Dotazník je anonymní a slouží primárně k výzkumným účelům mé diplomové práce. Vyplnění dotazníku by mělo zabrat maximálně 5 minut.

1) Je podle Vás důležité, aby se hotel choval šetrně k životnímu prostředí?

- Ano
- Ne
- Nevím

2) Všimáte si při Vaší návštěvě v hotelu, že se hotel chová udržitelně?

- Ano
- Ne

3) Které udržitelné praktiky jste zaznamenal/a při Vaší poslední návštěvě hotelu v ČR/ v zahraničí?

- Žádné jednorázové plasty (např.: brčka, kelímky apod.)
- Doplnitelný dávkovač mýdla a šamponu
- Recyklace odpadu
- Izolace oken a dveří
- Možnost odmítnutí každodenního úklidu
- Možnost opětovného použití ručníků
- Žádné individuálně zabalené potraviny (jogurt, džem, máslo apod.)
- Nabídka pitné vody z vodovodu
- Automatické vypnutí elektřiny v pokoji při vyjmutí karty ze zařízení

- Žádné jednorázové plastové mini lahvičky se šamponem, kondicionérem a sprchovým gelem.
- Zelené plochy, např. zahrada nebo střešní zahrada.
- Solární panely na střeše
- Jiné _____

4) Setkali jste se někdy alespoň s jednou z těchto ekologických značek?



- Ano
- Ne
- Nevím

5) Na stupnici od 1 do 5, jak moc Vás ovlivňuje ekoznačení při výběru hotelu. (1—dávám přednost jiným parametrům, 5—vyhledávám pouze hotely s ekoznačením)

- ₁ ○₂ ○₃ ○₄ ○₅

6) Jste ochotni si připlatit za ubytování v hotelu, který se chová šetrně k životnímu prostředí?

- Ano
- Ne

7) Pokud ano, o kolik procent jste ochotni si připlatit?

- Maximálně do 5 %
- 5–10 %
- Více jak 10 %

8) Uvítali byste, kdyby Vás hotel odměnil za Vaše šetrné chování? (Např. za odmítnutí každodenního úklidu a výměny ručníků, za kratší dobu sprchování apod.)

- Určitě ano
- Není to nutné

9) Co se Vám vybaví pod pojmem udržitelnost?

10) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní vzdělání
- Středoškolské vzdělání ukončené učňovskou zkouškou
- Středoškolské vzdělání ukončené maturitou
- Vyšší odborné vzdělání
- Vysokoškolské vzdělání

11) Váš věk?

- 25 let a méně
- 26–35 let
- 36–50 let
- 51 let a více

12) Ze kterého jste kraje?

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královéhradecký kraj
- Pardubický kraj
- Kraj Vysočina

- Jihomoravský kraj
- Zlínský kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj

13) Vaše pohlaví?

- Žena
- Muž

Děkuji za Váš čas!

PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍK PRO HOTELY

Udržitelnost v hotelnictví s cílem zvýšení loajality zákazníka

Dobrý den, jmenuji se Kamila Opravilová a jsem studentkou oboru Podnikání ve službách cestovního ruchu na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Tímto bych Vás chtěla poprosit o pár minut Vašeho času pro vyplnění krátkého dotazníku. Dotazník bude sloužit jako podklad k praktické části mé diplomové práce, která se zabývá zavedením udržitelných praktik v hotelu s cílem zvýšení loajality zákazníka ke značce. Dotazník je anonymní a slouží primárně k výzkumným účelům mé diplomové práce. Vyplnění dotazníku by mělo zabrat maximálně 5 minut.

1) Které udržitelné praktiky uplatňujete ve Vašem hotelu?

- Hotel nepoužívá jednorázové plasty (např. lahve, kelímky, brčka, apod.)
- Úsporné toalety/ sprchy šetřící vodu
- Recyklace odpadu
- Osvětlení má energeticky úsporné LED žárovky
- Zapnutí elektřiny pomocí karty od pokoje či pomocí senzorů pohybu
- Hotel uplatňuje postupy zamezující plýtvání potravinami
- Hosté mohou odmítnout každodenní úklid a výměnu ručníků
- Velká část potravin v ubytování pochází z místních zdrojů
- Okna hotelu jsou dvojitá
- Jiné _____

2) Informujete hosty o tom, že kroky, které jste podnikli v rámci udržitelnosti mají reálné pozitivní dopady?

- Ano
- Ne

3) Jsou hosté informováni o udržitelných praktikách prostřednictvím nápisů?

- Ano
- Ne

4) **Jakým způsobem informuje hosty personál o udržitelných praktikách v hotelu?**

5) **Jste ochotni odměňovat hosty za jejich šetrné chování? (Např. za odmítnutí každodenního úklidu a výměny ručníků, za kratší dobu sprchování apod.)**

- Ano
- Ne

6) **Pokud ano, jaká forma odměny je podle Vás adekvátní?**

- Káva/dezert zdarma
- Sleva na další ubytování
- Sleva na doplňkové služby hotelu
- Jiné _____

7) **Zaznamenali jste v poslední době konkurenční hotely, které se chovají udržitelně a prezentují toto i navenek?**

- Ano
- Ne

8) **Jaké marketingové aktivity jste v této souvislosti spustili?**

9) **Na stupnici od 1 do 5, jak velká je podle Vás pravděpodobnost, že si zákazník vybere mezi konkurencí raději udržitelný hotel, pokud tuto informaci najde na webu/rezervačním portálu/soc. sítích? (1—málo pravděpodobné, 5—hodně pravděpodobné)**

₁ ₂ ₃ ₄ ₅

10) **O kolik procent se zvýšila průměrná cena ubytování/noc v souvislosti se zavedením udržitelných praktik?**

- Méně než 5 %
- 5–10 %
- Více jak 10 %

- Cena se nezvýšila

11) V jakém kraji Váš hotel sídlí?

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královéhradecký kraj
- Pardubický kraj
- Kraj Vysočina
- Jihomoravský kraj
- Zlínský kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj

12) Kategorie Vašeho hotelu

- *** tři hvězdičky
- **** čtyři hvězdičky
- ***** pět hvězdiček

Děkuji za Váš čas!