

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**OBCHODNÁ FAKULTA**

Evidenčné číslo: 102002/B/2022/36124048423271428

**POSTOJ SPOTREBITEĽOV K PODNIKOM CESTOVNÉHO  
RUCHU UPLATŇUJÚCIM PRINCÍPY CIRKULÁRNEJ  
EKONOMIKY**

**Bakalárska práca**

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**OBCHODNÁ FAKULTA**

**POSTOJ SPOTREBITEĽOV K PODNIKOM CESTOVNÉHO  
RUCHU UPLATŇUJÚCIM PRINCÍPY CIRKULÁRNEJ  
EKONOMIKY**

**Bakalárska práca**

**Študijný program:** podnikanie v cestovnom ruchu a službách

**Študijný odbor:** ekonómia a manažment

**Školiace pracovisko:** katedra marketingu

**Vedúci záverečnej práce:** Ševčíková, Renáta, Ing.



### **Čestné vyhlásenie**

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne, a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

## **Pod'akovanie**

Týmto by som chcela poďakovať svojej školiteľke Ing. Renáte Ševčíkovej za jej metodické vedenie pri písaní práce a za jej cenné rady.

## **ABSTRAKT**

RÁŠOVÁ, Ivana: *Postoj spotrebiteľov k podnikom cestovného ruchu uplatňujúcim princípy cirkulárnej ekonomiky*. - Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; katedra marketingu. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Renáta Ševčíková. – Bratislava: OF EU, 2022, 56 s.

Hlavným cieľom bakalárskej práce je identifikovať postoj slovenského spotrebiteľa k podnikom cestovného ruchu, ktorých činnosť je v súlade s princípmi cirkulárnej ekonomiky. Práca je rozdelená do troch kapitol. Obsahuje 17 grafov, 3 tabuľky, 3 obrázky a 1 prílohu. Prvá kapitola objasňuje vzťah medzi cirkulárnou ekonomikou a cestovným ruchom a popisuje aktuálnu situáciu cestovného ruchu z hľadiska udržateľnosti. Vysvetľuje rozdiel medzi lineárnou a cirkulárnou ekonomikou a uvádza ich výhody a nevýhody. Približuje podnikateľské modely cirkulárnej ekonomiky. Predstavuje cestovný ruch a bližšie sa zameriava na ubytovacie a stravovacie zariadenia z hľadiska cirkulárnej ekonomiky. Následne vysvetľuje úlohu spotrebiteľa v cirkulárnej ekonomike. V druhej kapitole je zachytený hlavný cieľ a následne aj čiastkové ciele a výskumné otázky. Obsahuje charakteristiku objektu skúmania a uvádza metodiku práce a metódy skúmania. Záverečná kapitola sa zaoberá výsledkami prieskumu postoja spotrebiteľov k využitiu niektorých princípov cirkulárnej ekonomiky v ubytovacích a stravovacích zariadeniach. V rámci záverečnej diskusie sú zdôvodnené výsledky prieskumu a navrhnuté odporúčania pre ubytovacie a stravovacie podniky.

### **Kľúčové slová:**

cirkulárna ekonomika, cestovný ruch, ubytovacie a stravovacie zariadenia, spotrebiteľ

## **ABSTRACT**

RÁŠOVÁ, Ivana: *Attitudes of consumers towards tourism companies applying the principles of the circular economy*. - University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; department of marketing. – Thesis supervisor: Ing. Renáta Ševčíková. – Bratislava: OF EU, 2022, 56 p.

The main goal of the bachelor thesis is to identify the attitude of the Slovak consumer towards tourism companies, whose activities are in accordance with the principles of circular economy. The work is divided into three chapters. It contains 17 graphs, 3 tables, 3 pictures and 1 appendix. The first chapter clarifies the relationship between the circular economy and tourism and describes the current situation of tourism in terms of sustainability. It explains the difference between linear and circular economics and lists their advantages and disadvantages. It introduces the business models of the circular economy. It presents tourism and focuses on accommodation and catering facilities in terms of circular economy. Then it explains the role of the consumer in the circular economy. The second chapter captures the main goal and subsequently the sub-goals and research questions. It contains the characteristics of the research object and presents the work methodology and research methods. The final chapter deals with the results of a survey of consumer attitudes to the use of some principles of circular economy in accommodation and catering facilities. In the final discussion, the results of the survey are substantiated and the recommendations for accommodation and catering companies are suggested.

### **Key words:**

circular economy, tourism, accommodation and catering companies, consumer

<b>Obsah</b>	
<b>Úvod</b> .....	<b>9</b>
<b>1 Súčasný stav riešenej problematiky doma i v zahraničí</b> .....	<b>10</b>
1.1 Životné prostredie a nevyhnutnosť udržateľného rozvoja .....	10
1.2 Lineárna ekonomika.....	12
1.3 Cirkulárna ekonomika.....	14
1.3.1 <i>Benefity a prekážky prechodu na cirkulárnu ekonomiku</i> .....	15
1.3.2 <i>Podnikateľské modely cirkulárnej ekonomiky</i> .....	18
1.4 Cestovný ruch .....	20
1.4.1 <i>Cestovný ruch a cirkulárna ekonomika na Slovensku</i> .....	22
1.5 Spotrebiteľ ako nevyhnutná zložka fungovania cirkulárnej ekonomiky.....	24
1.5.1 <i>Spotrebiteľské správanie a faktory na neho vplyvajúce</i> .....	24
<b>2 Ciele práce, metodika práce a metódy skúmania</b> .....	<b>28</b>
2.1 Charakteristika objektu skúmania .....	29
2.2 Metodika práce a metódy skúmania.....	31
<b>3 Výsledky práce a diskusia</b> .....	<b>33</b>
3.1 Výsledky prieskumu .....	33
3.2 Diskusia a odporúčania .....	45
<b>Záver</b> .....	<b>49</b>
<b>Zoznam použitej literatúry</b> .....	<b>50</b>
<b>Prílohy</b> .....	<b>56</b>

## Úvod

Téma udržateľnosti je nevyhnutnou súčasťou našich životov a postupne si musíme zvykať na zmeny, ktoré so záchranou našej planéty súvisia. Cirkulárna ekonomika je jednou z nich. Na Slovensku je cirkulárna ekonomika, ktorá je založená na opätovnom využívaní zdrojov, stále iba vo svojich začiatkoch. Veľa ľudí ešte nepočulo o takejto ekonomike a preto sa musíme o nej rozprávať. Tento spôsob efektívneho využívania zdrojov je pre život na našej planéte nevyhnutný a vďaka cirkulárnej ekonomike vieme akým spôsobom zmierniť dopad nielen podnikov a ich produktov, ale aj spotrebiteľov na životné prostredie. Myslíme si, že téma udržateľnosti je najdôležitejšou témou tohto storočia.

Cestovný ruch je odvetvie, ktoré neustále narastá. Zvyšuje sa životná úroveň obyvateľstva mnohých krajín, vďaka čomu si postupne viac ľudí môže dovoliť cestovať a navštevovať miesta mimo svojho bydliska. S cestovaním nevyhnutne súvisí aj ubytovanie a stravovanie. Práve hotely sú jedným z najväčších znečisťovateľov životného prostredia. Preto je dôležité, aby sme zaviedli princípy cirkulárnej ekonomiky do týchto zariadení a vzdelávali sa v téme cirkulárna ekonomika v cestovnom ruchu viac. Aj napriek tomu, že so zavádzaním princípov cirkulárnej ekonomiky sa viaže aj niekoľko prekážok, veríme, že vzdelávanie sa v tejto téme ich dokáže minimálne zmierniť.

Nevyhnutnou zložkou fungovania cirkulárnej ekonomiky je spotrebiteľ. V tejto dobe spotrebiteľia vytvárajú tlak na podniky, aby svoju činnosť vykonávali zodpovednejšie. Byť zodpovedný a udržateľný sa stáva základom konkurencieschopnosti. Na spotrebiteľa pri kúpe vplýva mnoho faktorov. Pre dosiahnutie cieľa cirkulárnej ekonomiky sa musíme so spotrebiteľmi viac rozprávať o tejto téme, aby aj ochrana životného prostredia bola jedným z faktorov pri rozhodovaní o kúpe produktu.

V našej práci vďaka spracovaniu teoretickej a praktickej časti zhrnieme stav cirkulárnej ekonomiky a postoj spotrebiteľov na Slovensku. Veríme, že vďaka týmto postrehom a následným odporúčaniam pomôžeme posunúť túto tému bližšie ku spotrebiteľom a podnikom na Slovensku.

# 1 Súčasný stav riešenej problematiky doma i v zahraničí

Táto časť bakalárskej práce je zameraná na vymedzenie vedeckých poznatkov získaných z dostupnej odbornej literatúry a internetových zdrojov, ktoré sú nevyhnutné pre pochopenie danej problematiky. V kapitole uvádzame informácie týkajúce sa potreby zavádzania udržateľného rozvoja do hospodárstva, vysvetlenie fungovania lineárnej a cirkulárnej ekonomiky. Ďalej sa pozrieme na dôležitosť cirkulárnej ekonomiky v cestovnom ruchu a v neposlednom rade si vysvetlíme úlohu spotrebiteľa ako nevyhnutnú súčasť fungovania cirkulárnej ekonomiky.

## 1.1 Životné prostredie a nevyhnutnosť udržateľného rozvoja

Zachovanie životného prostredia (ovzdušie, voda, horniny, pôda a organizmy) je nevyhnutné pre ľudský život. V posledných desaťročiach si však začíname všimnúť rôzne zmeny počasia a neočakávané prírodné javy, ktoré spôsobujú nemalé škody. Klimatické extrémne sa diali vždy, avšak momentálne sa dejú čím ďalej tým viac a sú oveľa závažnejšie.

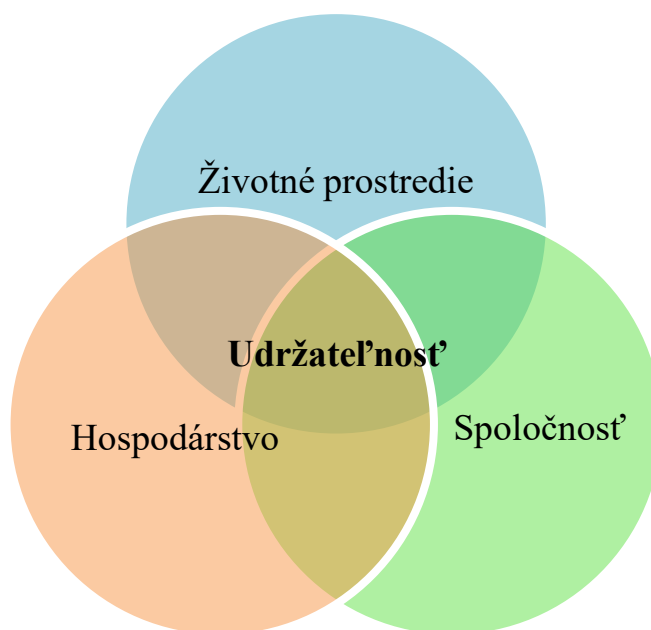
V minulosti sa prírodné zmeny diali v dôsledku malých zmien slnečnej aktivity, sopečných erupcií a v geologických časových intervaloch v dôsledku zmien v obežnej dráhe Zeme okolo Slnka. Na druhej strane, primárnym dôvodom zmeny klímy a prírodných aktivít dnes je ľudská činnosť. Je to najmä kvôli spaľovaniu fosílnych palív a odlesňovaniu, čo zosilňuje skleníkový efekt a tým pádom spôsobuje globálne otepľovanie (Trenberth, 2018).

Žijeme rýchle životy a všetko chceme mať ihneď. Ak nám niečo chýba, objednáme si to a za pár dní je to u nás. To sa pretavuje aj do spôsobu a frekvencie získavania surovín pre výrobu produktov. Keďže konzumný život neustále narastá, rastie aj tlak na výrobný systém v čo najkratšom čase dostať vstupné materiály na hotové výrobky a následne na produkty dostupné pre spotrebiteľa. To, že sa skraca výrobný proces, sa často odzrkadľuje v kvalite produktov. Týmto spôsobom spotrebiteľia nakupujú za menej a často.

Samozrejme si začíname uvedomovať, že súčasný systém vnímania produkcie a spotreby je pre našu planétu neudržateľný. V posledných desaťročiach sa s rozvojom najviac spája slovo „udržateľnosť“. Udržateľný rozvoj sa stáva súčasťou politických diskusií, výskumných inštitúcií, podnikov a občianskych združení (Avesani, 2020).

Podľa Prčíka a kolektív (2019): „*Udržateľnosť je stav, ktorý môže prevládať dlhodobo, v skutočnosti navždy. Udržateľný rozvoj je proces, ktorý nás približuje k udržateľnosti*“. Podľa obrázka č. 1, udržateľnosť spája 3 dimenzie (pilieri): životné prostredie (environmentálny pilier), hospodárstvo (ekonomický pilier) a spoločnosť (sociálny pilier). Ekonomický pilier sa skladá zo všetkých hospodárskych aktivít a interakcií medzi nimi. Environmentálny pilier je chápaný ako ochrana biodiverzity a uvedomenia si, že v obmedzenom systéme nie je možný neobmedzený rast. Sociálny systém spočíva v odstraňovaní rozdielov medzi jednotlivcami a skupinami obyvateľstva. Udržateľnosť potom znamená zanechanie planéty budúcim generáciám v jej prirodzenej kráse s rozmanitosťou, s ekonomickými možnosťami a sociálnou spravodlivosťou.

#### **Obrázok č. 1: Dimenzie udržateľnosti**



*Zdroj: vlastné spracovanie podľa Prčíka a kolektív (2019)*

Prvýkrát sa pojem „trvalá udržateľnosť“ objavil v správe Svetovej komisie pre životné prostredie a rozvoj „Naša spoločná budúcnosť“, kde trvalá udržateľnosť znamená napĺňanie potrieb súčasných generácií bez toho, aby sme narušili schopnosť napĺňania potrieb budúcich generácií (Brundtlandská komisia, 1987).

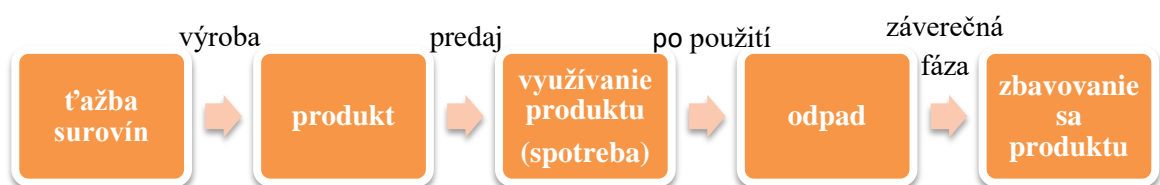
## 1.2 Lineárna ekonomika

V súčasnosti vo svete prevláda lineárny model ekonomiky, ktorý pochádza z čias priemyselnej revolúcie. Lineárna ekonomika bola úspešná v 20. storočí pri vytváraní materiálneho bohatstva v priemyselných krajinách. V novom tisícročí začal tento model preukazovať slabiny a v budúcnosti môžeme očakávať jeho rozpad (Sariatli, 2017).

Neobnoviteľné zdroje, ktoré sa v minulosti považovali za nevyčerpatel'né, sa postupne stávajú vzácne a zistili sme, že ich ponuka nakoniec neobmedzená nie je. Navyše spotreba zdrojov má negatívne environmentálne dopady, ako je zmena klímy a strata biodiverzity, v dôsledku čoho sa toto hospodárenie začína regulovať na národnej, nadnárodnej aj medzinárodnej úrovni (Ramkumar et al., 2018).

Lineárny model je založený na princípe „vezmi - vyrob - zahod“ (obrázok č. 2). Zaoberá sa premenou vstupov na výstupy, pričom po spotrebe sa produkt vyhodí bez akejkoľvek recyklácie, čo vedie k plytvaniu zdrojov. To znamená, že podniky zbierajú a ťažia materiál na výrobu produktov, ktoré potom predajú spotrebiteľom. Spotrebiteľia produkt využívajú až kým sa nezničí, alebo ho už nepotrebnú a vyhodí ho. Z produktov sa stáva odpad, ktorý sa potom hromadí na skládke (Kaimal - Sajoy, 2020). Na Slovensku skončí na skládkach až 50 % odpadu, pričom priemer EÚ je 25 %. Aj napriek tomu, že sa množstvo komunálneho odpadu z roka na rok znižuje, za posledných 10 rokov narástol o 35 % (Najvyšší kontrolný úrad SR, 2020).

**Obrázok č. 2: Model lineárnej ekonomiky**



*Zdroj: vlastné spracovanie podľa Kaimal – Sajoy (2020)*

Podniky, ktoré pristupujú ku svojim podnikateľským činnostiam „lineárne“ majú náklonnosť k:

- využívaniu neobnoviteľných zdrojov energie - spoliehajú sa na primárne zdroje, ktoré sú vzácne,
- predaju nových produktov - podniky navrhujú produkty tak, aby mali krátku životnosť,
- nespolupráci - podniky si udržiavajú svoje know-how a nezapájajú sa do spoluprác a partnerstiev s inými spoločnosťami,
- neschopnosti inovovať alebo sa prispôbiť - podniky si radšej zachovávajú svoju perspektívu a neprispôbujú sa vyvíjajúcim sa podmienkam trhu (Ramkumar et al., 2018).

Takýto spôsob hospodárenia je na jednej strane problémom v biologickom cykle týkajúcom sa prírodných zdrojov, akými sú voda, biomasa, plyn a iné a na druhej strane aj v technologickom cykle a materiálov, ktoré sa v prírode nevyskytujú, čiže plasty, sklo a iné materiály. Podniky by mali začať opätovne využívať tieto zdroje a zabrániť tomu aby sa zdroje mýlili (Jørgensen - Pedersen, 2018). V opačnom prípade bude mať narastajúci dopyt spotrebiteľov nezvratný dopad na životné prostredie.

Je teda jednoznačné, že súčasný model ekonomiky, ktorý je založený na lineárnom využívaní zdrojov je neudržateľný. Podľa Jurkoviča (2020) môžeme dôvody neudržateľnosti lineárnej ekonomiky kategorizovať na nasledovné:

- Vývoj demografie - nárast počtu obyvateľov a spotreby
- Zmenšovanie prírodných zdrojov - zásoby nie sú nekonečné
- Volatilita na trhu so surovinami - menej stabilné surovinové trhy v súvislosti aj s konfliktami medzi krajinami
- Znečisťovanie životného prostredia - klimatické zmeny
- Straty pri likvidácii odpadu - nevyužitie materiálu, pretože skončí napríklad na skládke

### 1.3 Cirkulárna ekonomika

Lineárny systém ekonomiky má negatívne vplyvy na životné prostredie a ovplyvňuje tak ľudské ako aj mimoludské životy na zemi. Naopak, cirkulárna ekonomika môže pomôcť pri riešení udržateľného rozvoja. Cirkulárna ekonomika (CE) vznikla v dôsledku potreby uspokojiť rastúci dopyt bez degradácie životného prostredia, ktorú sprevádza lineárne využívanie zdrojov. Prechod z lineárneho hospodárstva na cirkulárne predstavuje presun zo zaužívej koncepcie „vezmi - vyrob - zahod“ ku koncepcii, kde zdroje a energia kolujú v uzavretom kruhu (Buchmann-Duck - Beazley, 2020).

Európa je súčasným lídrom rozvoja politiky v oblasti cirkulárnej ekonomiky, nazývanej aj obehové hospodárstvo. Európska komisia v roku 2014 zverejnila dokument „Smerom k obehovému hospodárstvu: program nulového odpadu pre EÚ“ a následne v roku 2015 „Akčný plán pre obehové hospodárstvo“ (Berg et al., 2018). V roku 2020 prijala Európska komisia nový akčný plán, ktorý je základom pre dosiahnutie cieľov z Európskej zelenej dohody, nového programu pre udržateľný rast. Nový akčný plán sa sústreďuje na celý životný cyklus produktov. Zameriava sa na dizajn produktov, podporu činností cirkulárnej ekonomiky a udržateľnej spotreby. Vďaka tomu sa predchádza vzniku odpadu, čiže použité zdroje na výrobu produktov sa udržiavajú v hospodárstve čo najdlhšie. Dáva dôraz na to, ako sú produkty navrhnuté, podporuje procesy cirkulárnej ekonomiky, podporuje udržateľnú spotrebu a jeho cieľom je zabezpečiť, aby sa predchádzalo vzniku odpadu, a aby sa použité zdroje udržali v hospodárstve EÚ čo najdlhšie (Európska komisia, 2020).

Ellen MacArthur Foundation (2013) predstavuje cirkulárnu ekonomiku ako priemyselnú ekonomiku, ktorá je zameraná na regeneráciu a dizajn.

Cirkulárna ekonomika je založená na efektívnom využívaní prírodných zdrojov, kedy sú biologické aj technické suroviny opätovne využívané a vracané do cyklov, ktoré sú takto uzavreté. Tento model nám zabezpečuje nižšiu spotrebu zdrojov, šetrenie energie a minimalizáciu odpadu (Csefalvayová a kol., 2017).

Európska komisia v Akčnom pláne EÚ pre obehové hospodárstvo z roku 2015 opisuje obehové hospodárstvo ako hospodárstvo, „v ktorom sa hodnota výrobkov,

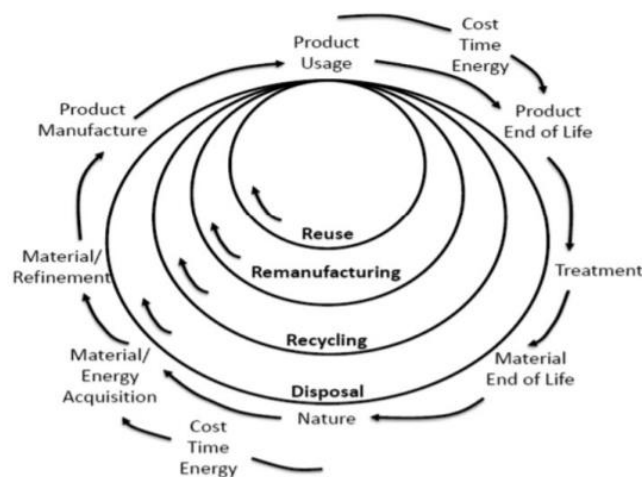
materiálov a zdrojov uchováva v hospodárstve čo možno najdlhšie a minimalizuje sa vznik odpadu“. Obehové hospodárstvo má pritom zabezpečiť konkurencieschopnosť podnikov prostredníctvom hlavne efektívnejšieho využívania zdrojov a energie. Zníženie odpadu sa má dosiahnuť vďaka zníženiu objemu skládkovania a na druhej strane zvýšeniu objemu recyklovania.

### 1.3.1 Benefity a prekážky prechodu na cirkulárnu ekonomiku

Niektorí si pod pojmom cirkulárna ekonomika predstavujú hlavne recyklovanie. Avšak v skutočnosti je cirkulárna ekonomika oveľa viac. Z obrázka č. 3, ktorý znázorňuje koncept CE, vyplýva, že vnútorné cykly, ako opätovné použitie produktov a prerobenie produktov sú menej zdrojovo a energeticky náročné a zároveň ekonomicky výhodnejšie, ako konvenčná recyklácia materiálov. Materiály by sa mali najskôr využiť na opätovné použitie, renováciu a opravu, neskôr sa môžu repasovať a následne recyklovať. Spaľovanie materiálov na energiu a následne skládkovanie sú až poslednými možnosťami, ktoré by sa mali využiť pri zaobchádzaní s odpadom. Takýto reťazec je potom dlhodobou efektívny a zachováva si svoju hodnotu a kvalitu. V porovnaní s tradičnou lineárnou ekonomikou, tento spôsob využitia materiálu vedie k nespochybniteľným environmentálnym výhodám (Korhonen et al., 2018).

Vo všeobecnosti platí, že čím užšie sú cykly, tým väčšie úspory vzniknú na strane nákladov na materiál, prácu, energiu, kapitál a zároveň majú menší dosah na externality, ako sú emisie skleníkových plynov, voda alebo toxické látky (Ellen MacArthur Foundation, 2012).

**Obrázok č. 3: Súčasný koncept cirkulárnej ekonomiky**



Zdroj: Korhonen, et al., 2018

Uzavretie kruhu v životnom cykle produktov prináša lepšie prepojenie medzi spotrebiteľom a podnikom. Keďže spotrebiteľ neuzatvára životný cyklus, ako je to v lineárnom modeli, podniky dokážu lepšie pochopiť očakávania a potreby zákazníkov a podľa toho prispôbiť ponuku. V cirkulárnej ekonomike sa vyžaduje vysoká spolupráca medzi všetkými zainteresovanými účastníkmi (Kumar et al., 2018).

Výhody cirkulárnej ekonomiky môžeme rozdeliť do troch kategórií - sociálne, environmentálne a ekonomické.

Medzi hlavné sociálne výhody cirkulárnej ekonomiky patrí tvorba pracovných miest v miestnych komunitách. Odhady pre Spojené kráľovstvo ukazujú, že by cirkulárna ekonomika do roku 2030 pri súčasnej miere rozvoja mohla viesť k vytvoreniu približne 54 000 pracovných miest, najmä v oblasti recyklácie a repasovania (Rizos et al., 2016). Cirkulárna ekonomika podporuje aj zdieľanú ekonomiku, ktorej zmyslom je, že nie všetko musíme vlastniť. To podporuje komunitnú spolupatričnosť. (Korhonen et al., 2018).

Efektívne využívanie zdrojov, zhodnocovanie materiálov a znižovanie odpadu znižuje negatívny vplyv na životné prostredie vytvorený človekom. Prechod na CE má vplyv na výrazné zníženie emisií CO<sub>2</sub> v atmosfére, pričom uhlíková stopa ľudskej činnosti sa znižuje prijatím prístupov opätovného využívania a recyklácii odpadov, využívania alternatívnych zdrojov – prírodných materiálov, materiálov z miestnych zdrojov a obnoviteľných zdrojov energie. Výrobný proces a dizajn produktu má byť inovatívny (Mhatre, 2021).

Uzavretý cyklus vďaka zníženiu odpadu z hodnotového reťazca pozitívne vplyva na zníženie množstva nákladov a zníženie závislosti od vstupných zdrojov (Sariatli, 2017). Náklady, ktoré sa môžu citelne znížiť, sú napríklad náklady na energiu, nakladanie s odpadom a na kontrolu emisií (Korhonen et al., 2018). Využívanie princípov cirkulárnej ekonomiky vytvára pre podniky konkurenčnú výhodu. Motiváciou podnikov pre zavedenie cirkulárnej ekonomiky do svojich prevádzok je najmä pozitívny vplyv na zákazníkov (Ormazabal et al., 2018). Podniky si vytvárajú zavedením ekologických princípov dobré meno u spotrebiteľov, ktorí sú ekologicky uvedomelí, a navyše ekologicky zamerané podniky lákajú aj investorov.

Cirkulárna ekonomika prináša nespochybniteľné ekonomické, sociálne aj environmentálne výhody, avšak s jej implementáciou prichádzajú aj určité bariéry. Prechod

lineárnej ekonomiky k cirkulárnej si vyžaduje zmeny, ktoré zasiahnu podniky a všetky zainteresované osoby. Dá sa povedať, že pre všetkých je táto zmena trochu rušivou a je potrebné nájsť správne riešenia na zavedenie nových princípov spôsobu výroby, práce a spotreby. Na budúce fungovanie a podporu cirkulárnej ekonomiky v podnikoch je dôležité poznať aj prekážky, ktoré sa s tým spájajú (Ritzén, Sandström, 2017).

Podľa Ritzén, Sandström (2017) sú najčastejšie sa vyskytujúce bariéry fungovania CE v praxi z pohľadu podnikov rozdelené na:

1. Finančné - podniky považujú zmeny súvisiace so zavedením cirkulárnej ekonomiky za náročné nielen na čas, ale aj na investície. Keďže sú majitelia podnikov zameraní na rýchlu návratnosť investícií a šetrenie nákladov, nie sú si istí, ako by vyzerali ich tržby po zavedení cirkulárnej ekonomiky do ich prevádzok.
2. Štrukturálne - nie je jasné, kto by mal v podniku zodpovednosť za cirkulárnu ekonomiku, pretože na rozdiel od udržateľnosti, ktorú má v podniku na starosti jedno oddelenie, CE je na manažment jedného oddelenia príliš komplexný problém.
3. Prístupové (postoj) - ľudia majú nízku úroveň vedomostí ohľadom cirkulárnej ekonomiky, z čoho vyplýva aj zlé pochopenie tohto konceptu. Zároveň cirkulárna ekonomika predstavuje zmenu fungovania podniku, čo pôsobí rušivo, pretože ľudia uprednostňujú menej rizikové, bezpečnejšie kroky k rozvoju podniku.
4. Technologické - technologické prekážky si podniky spájajú najmä s dizajnovou zmenou produktov a systémov výroby, pretože nevedia, ako by zavedenie cirkulárnej ekonomiky fungovalo a koľko by ich to stálo.
5. Prevádzkové - prekážky pre CE sa vyskytujú aj v súvislosti s úlohou, ktorú tieto podniky zohrávajú v hodnotovom reťazci, ako aj so stratégiou predávania a distribuovania svojich produktov na trh. Niektoré podniky strácajú kontrolu pri predaji produktov a tým pádom nevedia zabezpečiť „uzavretie cyklu“. Iné zasa spolupracujú so svojimi dodávateľmi a aby dokázali zabezpečiť cirkularitu v celom životnom cykle produktu, museli by požadovať nový spôsob spolupráce.

Podľa Jurkoviča (2020) môžeme bariéry súvisiace s cirkulárnou ekonomikou rozdeliť do štyroch skupín:

1. Kultúrne - spotrebitelia majú často nedostatok informácií týkajúcich sa udržateľnosti a cirkulárnej ekonomiky. Väčšinou preferujú nakupovanie značky, ktorej sú verní alebo nakupujú často a bez rozmyslu, pretože v tom nevidia problém. Na druhej strane, zo zamestnaneckého hľadiska ide často o nepochopenie dôležitosti ekologického podnikania. Tému udržateľnosti má často v podniku na starosti jedno oddelenie a ostatné oddelenia to nepovažujú za dôležité.
2. Trhové - základnou prekážkou CE je rizikovosť zavedenia cirkulárnych modelov do už fungujúcich procesov podniku. Podniky najprv čakajú, či sa nový model overí v praxi.
3. Technologické - dostupnosť technológií a ich cena je problém pri zavádzaní princípov CE, ako aj nedostatočná spolupráca súkromného sektora s výskumnými inštitúciami.
4. Regulačné - prechod na cirkulárnu ekonomiku komplikujú aj rôzne zákony a regulácie.

### *1.3.2 Podnikateľské modely cirkulárnej ekonomiky*

Podnikateľský model predstavuje pre podniky strategický nástroj, ktorý umožňuje byť pripravený na súčasné konkurenčné podnikateľské prostredie (Keplinger, 2018). Podľa spoločnosti Accenture (2014) existuje päť základných podnikateľských modelov cirkulárnej ekonomiky:

- Predĺženie životnosti produktov
- Obnova zdrojov
- Cirkulárne dodávky
- Produkt ako služba
- Zdieľané platformy

Predĺženie životnosti výrobku znamená predĺženie životného cyklu produktov. Namiesto plytvania materiálmi sa hodnota produktov v životnom cykle udržiava čo najdlhšie vďaka opravám, modernizácii, prerobeniu alebo remarketingu produktov (Accenture, 2014). Predĺženie životnosti produktov sa dá dosiahnuť aj pomocou dobrého

dizajnu. Je dôležité, aby bol produkt vyrobený tak, aby bol vhodný na údržbu a opravu v prípade potreby. Údržba zabezpečuje najmä zachovanie funkčnosti servisných dielov a opravou sa obnovuje stav produktu alebo komponentu/dielu po jeho poškodení (Urbinati, 2018). To znamená, že ak sa poškodí istý diel produktu, je možné ho vymeniť alebo opraviť namiesto toho, aby spotrebiteľ musel kupovať znovu ten istý nový produkt.

Obnovenie vlozenej hodnoty na konci životného cyklu jedného produktu do iného produktu podporuje reťazce vrátenia a premieňa odpad na hodnotu prostredníctvom inovatívnych recyklačných a upcyklačných služieb (Accenture, 2014). Pri obnove materiálov dochádza k využívaniu odpadov ako vstupných materiálov. Dôležitým postupom pri obnove zdrojov je dbať na recykláciu a kompostovanie. Obnovu zdrojov môžeme dosiahnuť nielen opätovným využitím spotrebovaných materiálov a surovín, ale aj prevádzkových nákladov, akými sú energia, voda alebo priemyselné plyny (Keplinger, 2018).

Cirkulárne dodávky využívajú ako vstupné materiály tie, ktoré sú plne obnoviteľné, recyklované alebo biologicky rozložiteľné. Tento spôsob je riešením problému nedostatku vzácnych surovín a ich plytvaniu (Esposito, 2018).

Produkt ako služba je jeden z kľúčových faktorov fungovania cirkulárnej ekonomiky, ktorý umožňuje oddelenie vytvárania hodnoty od spotreby produktu. Tento model je založený na prenájme/lízingu produktu používateľovi, zatiaľ čo vlastníctvo si ponecháva výrobca/predajca (Bech, et al., 2019). Vďaka prenájomu produktov majitelia vedia znížiť náklady produktu, ktorého obstarávacie alebo prevádzkové náklady sú príliš vysoké, zatiaľ čo produkt sa nevyužíva (Han, 2020). Ako uvádza Inštitút cirkulárnej ekonomiky (2017): „*Spotrebiteľia sa stávajú užívateľmi kupujúcimi službu, teda bezchybné fungovanie a výkon produktov, nie samotný produkt*“.

Podobným modelom, ktorý radí do úzadia vlastníctvo produktu sú zdieľané platformy. Zdieľanie produktov sa väčšinou deje prostredníctvom internetu na rôznych platformách, keď majiteľ momentálne produkt nevyužíva alebo ho je ochotný zdieľať a ponúka ho spotrebiteľovi, ktorý ho potrebuje. Zákazníci tak majú nový spôsob dodávania tovaru a vytvárania príjmu (Han, 2020).

## 1.4 Cestovný ruch

Na základe definície Svetovej organizácie cestovného ruchu (UNWTO, 2022) je cestovný ruch (CR) aktivita, ktorá zahŕňa presun ľudí medzi krajinami alebo v rámci krajiny, mimo ich obvyklého prostredia na osobné alebo pracovné účely. Takíto ľudia sa nazývajú návštevníci (turisti alebo výletníci), ich aktivity súvisia s cestovným ruchom a niektoré z týchto aktivít zahŕňajú výdavky na cestovný ruch. Turista je potom návštevník, ktorého výlet zahŕňa prenocovanie.

Podľa Slovak Business Agency (2020) sa podniky cestovného ruchu podľa predmetu podnikania delia na :

1. Ubytovacie služby
2. Stravovacie služby
3. Cestovné kancelárie a cestovné agentúry
4. Ďalšie služby

Ubytovacie služby zahŕňajú všetky služby súvisiace s ubytovaním od rezervácie host'a, registráciu až po odchod host'a. Ubytovacie služby zabezpečujú ubytovacie zariadenia, kde patria hotely všetkých kategórií, hotely, penzióny, apartmánové domy, turistické ubytovne, chatové osady, kempingy, táboriská a ubytovanie v súkromí.

Stravovacie služby poskytujú stravovacie zariadenia, ako sú reštaurácie, motoresty, jedálne so samoobsluhou, ale aj zariadenia doplnkového stravovania, medzi ktoré radíme bary, bufety, hostince, bistrá.

Cestovné kancelárie a cestovné agentúry sprostredkujú služby cestovného ruchu od ubytovania, dopravy, stravovania až po návštevu rôznych turistických atrakcií. Podľa NACE definície činnosť cestovných kancelárií zahŕňa „*usporadúvanie a organizovanie zájazdov, ktoré sa predávajú prostredníctvom cestovných agentúr alebo priamo cez cestovné kancelárie*“. Cestovné agentúry sa zaoberajú najmä predajom ciest a zájazdov a poskytovaním dopravných a ubytovacích služieb širokej verejnosti a komerčným klientom (Klasifikácia ekonomických činností SK-NACE, 2022).

Medzi ďalšie podniky cestovného ruchu môžeme zaradiť dopravné podniky zabezpečujúce presun turistov z jedného miesta na druhé, ďalej aj turistické informačné

kancelárie, podniky poskytujúce spomienkové predmety a občianske a iné združenia súvisiace s cestovným ruchom. Ak sa pozrieme na cestovanie komplexne zistíme, že sa návšteva krajiny alebo miesta mimo svojho bydliska nezaobíde bez finančných a poisťovacích služieb, zdravotníctva a podnikov zabezpečujúcich rekreáciu a zábavu, ako sú múzeá, ZOO, zábavné parky, športoviská a podobne (SBA, 2020).

Na Slovensku sú výrazným odvetvím cestovného ruchu hlavne ubytovacie a stravovacie zariadenia, ktorým sa bližšie venujeme aj v práci. Podľa údajov Štatistického úradu Slovenskej republiky bol pred pandémiou COVID-19 v roku 2019 priemerný počet zamestnancov v ubytovacích a stravovacích službách 54 tisíc, čo tvorí 3,36 % z celkového počtu zamestnancov. V roku 2020 až 45 % malých a stredných podnikov pôsobili v cestovnom ruchu ako stravovacie zariadenia (reštaurácie a mobilný predaj). Turistické a iné krátkodobé ubytovacie zariadenia tvorili 6,7 % malých a stredných podnikov (SBA, 2020).

Cestovný ruch prináša nespochybniteľný ekonomický prínos mnohým ekonomikám po celom svete. V roku 2019 cestovný ruch predstavoval približne 4 % celosvetového hrubého domáceho produktu (HDP). Sektor cestovného ruchu vytvára aj množstvo pracovných miest. V niektorých krajinách Európy ako je Chorvátsko (11 % HDP), Španielsko alebo Francúzsko (7 % HDP) tvorí cestovný ruch významnú súčasť HDP a tieto krajiny sú závislé od príjmov z cestovného ruchu. Cestovný ruch na Slovensku tvoril v roku 2019 približne 2,8 % HDP krajiny (UNWTO, 2021).

Hlavným predmetom rozvoja cestovného ruchu je momentálne udržateľný rast. Stal sa hlavným modelom pri plánovaní, monitorovaní a riadení cestovného ruchu. Jednou z najväčších výziev, ktorým mnohé destinácie cestovného ruchu musia čeliť, je rastúce množstvo turistov, čo vytvára tlak na destináciu z environmentálneho, sociálneho a kultúrneho hľadiska (Kušcer - Mihalič, 2019).

Cestovný ruch prispieva k socio-ekonomickému rastu a rozvoju ekonomik hlavne takých krajín, ktoré sú závislé na cestovnom ruchu. Avšak tento rast je za cenu znečistenia a degradácie životného prostredia. Cestovný ruch spôsobuje nadmernú tvorbu skleníkových plynov najmä kvôli mobilite turistov (Azam, 2018).

Hotelový sektor je zodpovedný za 21 % z celkovej uhlíkovej stopy vzniknutej z cestovného ruchu. Hotely spotrebúvajú množstvo energie a vody a spôsobujú značnú

tvorbu oxidu uhličitého (CO<sub>2</sub>) v atmosfére (Leyva - Parra, 2021). Ubytovacie zariadenia prispievajú k tvorbe CO<sub>2</sub> najmä využívaním energeticky náročných systémov, ako kúrenie, klimatizácia a ohrievače vody.

K cestovaniu nepochybniteľne patrí aj stravovanie a ochutnávanie lokálnych jedál v reštauráciách, ktoré si turisti práve na dovolenkách doprajú. Avšak aj stravovacie zariadenia prispievajú k znečisteniu životného prostredia, a to najmä kvôli odpadu, ktorý vzniká v procese výroby. Okrem potravinového odpadu, ktorý vzniká v dôsledku zlého odhadu spotreby, vnika pri výrobe jedla aj odpad z vody, pôdy a transportu surovín. Potravinový odpad sa radí medzi tretieho najväčšieho producenta CO<sub>2</sub> na svete (Maynard et al., 2020).

#### *1.4.1 Cestovný ruch a cirkulárna ekonomika na Slovensku*

Záujem o cirkulárnu ekonomiku na Slovensku narastá a postupne si získava aj politickú podporu. V roku 2016 počas predsedníctva v rade EÚ Slovensko prejavilo záujem aktívne prispievať do riešenia problému prechodu k cirkulárnej ekonomike.

Momentálne Slovensko v spolupráci s Európskou komisiou pracuje na vytvorení cestovnej mapy cirkulárnej ekonomiky. Táto cestovná mapa má byť hlavným strategickým nástrojom prechodu k cirkulárnej ekonomike. V správe, ktorú vydala Organizácia pre hospodársku prácu a rozvoj (OECD), boli analyzované nedostatky politík členských krajín. Z tejto správy vyplýva, že Slovensko má dobre vypracovanú politiku pre odpad, výskum, inovácie a digitalizáciu, priemysel, energetiku a klímu, udržateľnosť a životné prostredie vo všeobecnosti. Slovenská legislatíva v posledných rokoch obmedzila používanie jednorazových plastových obalov a tašiek, podporila zabezpečenie nabíjajúcich staníc pre elektromobily a recyklačný systém (Circular Regions, 2022).

V Akčnom pláne EÚ pre obehové hospodárstvo z roku 2015 bol uvedený, okrem iného, aj cieľ znižovania potravinového odpadu. Európska komisia následne v roku 2016 vytvorila platformu pre potravinové straty a plytvanie potravinami, ktorú Slovensko ako členský štát podporuje. Aktivitou tejto platformy je napríklad aj nájsť vhodné riešenie pre využitie bezpečných potravín po uplynutí ich minimálnej trvanlivosti (Slovenská agentúra životného prostredia, 2019).

Na Slovensku existuje niekoľko projektov, ktoré sa zameriavajú na cirkulárnu ekonomiku v praxi. Jedným z takýchto projektov je Circular Regions. Ide o spoluprácu

cirkulárnych platforiem na Slovensku (Circular Slovakia) a v Maďarsku (Hungarian Circular Economy Platform), ktoré sa snažia podnikom uľahčiť prechod na cirkulárnu ekonomiku. Projekt Circular Regions sa zameriava na sektory potravinárstva, plastikárskeho priemyslu, stavebníctva a turizmu. Úlohou projektu je pomôcť vybraným podnikom nájsť riešenia na problémy pri prechode na cirkulárnu ekonomiku vďaka zabezpečeniu potrebných nástrojov a konzultácii. Okrem iného sa snažia aj vyškoliť ľudí v oblasti cirkulárnej ekonomiky, aby na Slovensku bol dostatok expertov v tejto oblasti, keďže stále je to relatívne nová téma.

V dokumente Mapovanie potenciálu cezhraničných regiónov v prechode na obehové hospodárstvo (2022), ktorý bol vytvorený v rámci projektu Circular Regions pod programom Interreg Slovenská republika – Maďarsko, sú identifikované štyri základné prekážky prechodu na cirkulárnu ekonomiku v sektore cestovného ruchu na Slovensku:

1. Informovanosť a povedomie – na Slovensku máme nedostatok informácií o cirkulárnej ekonomike a jej výhodách, ktoré by mohli zaujímať podniky cestovného ruchu. Prevládajú negatívne názory na cirkulárnu ekonomiku, ktorú si podniky spájajú skôr s ekonomickou neefektívnosťou a náročnosťou potrebných zmien.
2. Zložitosť hodnotového reťazca – podniky cestovného ruchu sú závislé na iných dodávateľoch produktov. To znamená, že je zložité zabezpečiť obehovosť celého hodnotového reťazca.
3. Správanie spotrebiteľov – zo strany slovenského spotrebiteľa prichádza nízky tlak a teda záujem o udržateľný cestovný ruch. Aj keď sú mladšie generácie v tomto dôraznejšie, stále je zmena v správaní veľmi pomalá.
4. Politika cestovného ruchu – stratégie v oblasti cestovného ruchu na Slovensku nezahŕňajú cirkulárnu ekonomiku.

## 1.5 Spotrebiteľ ako nevyhnutná zložka fungovania cirkulárnej ekonomiky

Nevyhnutnou súčasťou ekonomického cyklu sú zákazníci a spotrebiteľia. Zatiaľ čo spotrebiteľ je človek, ktorý produkt spotrebúva, zákazník je ten, ktorý produkt nakupuje a platí. To znamená, že spotrebiteľ nemusí nevyhnutne produkt aj kúpiť, stačí, že ho využije. Na druhej strane podľa Richterovej a kolektív (2015): „*Spotrebiteľ je jednotlivец, ktorý kupuje výrobky a služby na svoju vlastnú spotrebu, na použitie v rodine, pre člena rodiny, prípadne ako dar pre inú osobu.*“ Konečný spotrebiteľ je potom ten, kto spotrebuje daný produkt. Pre splnenie cieľa práce sme v nasledujúcej kapitole použili termín „spotrebiteľ“.

### 1.5.1 Spotrebiteľské správanie a faktory na neho vplývajúce

Podľa Jisana (2014) spotrebiteľské správanie znamená, ako sa spotrebiteľia rozhodnú minúť dostupné zdroje, ako sú čas, peniaze a úsilie na spotrebu produktov. Môžeme sem zaradiť to, čo kupujú, prečo to kupujú, kde, kedy a ako často to kupujú a používajú. Je to proces, ktorý zahŕňa nielen činnosti okolo samotného nákupu, ale aj rozhodovací proces, ktorý tomu predchádza a procesy, ktoré nasledujú. Odhadnúť správanie spotrebiteľa je takmer nemožné. Pochopiť spotrebiteľa je snahou všetkých marketingových pracovníkov a tí sa snažia na základe získaných poznatkov spotrebiteľov ovplyvňovať.

Spotrebiteľské správanie súvisí s uspokojovaním ich potrieb, podľa čoho si spotrebiteľ vyberie, nakúpi a spotrebuje tovary a služby. Je to súbor rôznych procesov. Spotrebiteľský nákup sa začína uvedomením si potreby vlastniť nejakú komoditu a hodnotením užitočnosti výberu podobných komodít. Spotrebiteľ následne hodnotí komoditu podľa dostupných finančných prostriedkov, zatiaľ čo naňho vplýva rad ďalších faktorov (Gajjar, 2013).

Spotrebiteľské správanie vychádza z individuálneho rozhodnutia. Rozhodovací proces zahŕňa päť základných krokov – rozpoznanie problému, vyhľadávanie si informácií, úsudok, rozhodovanie a procesy nasledujúce po rozhodnutí. Po rozhodnutí o kúpe nasleduje vyhodnotenie výsledkov nákupu, ktoré vplývajú na spokojnosť zákazníka a lojalitu voči podniku (Dixit, 2018).

Pri skúmaní spotrebiteľského správania, môžeme vidieť, že nákupné rozhodnutia spotrebiteľa sú založené na jeho vnútorných pocitoch a zároveň vplyvoch faktorov z vonkajšieho prostredia. Vnútorné črty, charakteristiky a vlastnosti spotrebiteľa, ktoré majú za následok rozdielnosti medzi každým spotrebiteľom, nazývame aj interné (vnútorné) faktory. Na druhej strane na spotrebiteľa pôsobia aj faktory prostredia, v ktorom žije a to, akým spôsobom žije. Tieto sa označujú ako externé (vonkajšie) faktory (Richterová a kol., 2015).

Podľa Hosaini a Rojhe (2020) je spotrebiteľské správanie ovplyvnené:

- Kultúrnymi faktormi (kultúra, subkultúra, spoločenská trieda)
- Spoločenskými faktormi (referenčná skupina, domácnosť, spoločenská rola a status)
- Osobnými faktormi (vek a proces fázy života, povolanie, ekonomická situácia, životný štýl, osobnosť a sebaobraz)
- Psychologickými faktormi (motivácia, vnímanie, učenie, presvedčenie a postoj)

Kultúra je príčinou osobných potrieb a túžob človeka. Spotrebiteľské správanie je ovplyvnené hodnotami a presvedčením, ktoré človek má a sú dané prostredím, v ktorom vyrastá. Každá kultúra má aj svoje subkultúry, ako sú náboženstvo, národnosť, geografická oblasť a rasa, ktoré do určitej miery tiež vplyvajú na správanie človeka. Ľudia sú aj súčasťou spoločenských tried, ktoré charakterizuje zárobok, obdobie živej existencie, rozvoj vedomostí, majetok a občianske triedy (Hosaini - Rojhe, 2020).

Referenčnou skupinou rozumieme jednotlivca alebo skupinu, ktorá má významnú dôležitosť pri hodnotení, aspirácii alebo správaní jednotlivca. Referenčné skupiny, ktoré ovplyvňujú spotrebu jednotlivca, môžu zahŕňať rodičov, spoločných futbalových nadšencov, členov tímu, spolužiakov, nadšencov spoločných voľnočasových aktivít, politickú stranu alebo športové kluby. Referent je človek, ktorý mení spotrebiteľské správanie tým, že sa mu iní spotrebiteľia snažia zapáčiť a skopírovať jeho kvality. Okrem toho existujú „názoroví vodcovia“, ktorých rady ostatní berú vážne a tým dokážu často ovplyvniť postoje alebo správanie iných (Solomon, 2006). Pri domácnostiach je miera dominancie členov u každého rôzna, avšak je dôležité rozoznať, ktorý člen domácnosti má najväčší vplyv na nákupné správanie domácnosti a podľa toho upraviť marketingové aktivity. V skupinách má každý člen nejakú úlohu (rolu). S touto úlohou sa spája aj určité správanie, ktoré od daného člena ostatní očakávajú (Hosaini - Rojhe, 2020).

Nákupné správanie sa u človeka mení v rôznych štádiách veku a životného cyklu. V závislosti od veku spotrebiteľa sa mení aj jeho vkus a preferencie. Medzi rôzne štádiá životného cyklu alebo ľudského vzťahu, ktoré ovplyvňujú aj nákupné správanie môžeme zahrnúť manželstvo, rozvod, splodenie detí, odchod detí na vysokú školu, odchod do dôchodku, atď. Povolanie je vykonávaná práca, ktorá živí spotrebiteľa a určuje jeho finančnú situáciu a tým pádom aj produkty, ktoré preferuje. Práca alebo hobby, záujmy a názory sú súčasťou životného štýlu človeka. Životný štýl je spôsob, akým človek žije svoj život. Osobnosť človeka určujú jeho jedinečné psychologické vlastnosti, ktoré sú odrazom jeho správania (Qazzafi, 2020). Každý človek má o sebe nejakú predstavu a nakupuje tovar podľa toho, čo zodpovedá jeho vlastnému obrazu. Imidž značky, ktorá je zhodná s imidžom spotrebiteľa navodzuje v spotrebiteľovi pocit, že používanie tovaru od danej značky naplňa jeho potrebu sebaúcty (Muniady, 2014).

Každý človek má svoje vlastné potreby. Motív je hnacia sila, ktorá vedie človeka k uspokojovaniu svojich potrieb a dosiahnutiu cieľa. V rozhodovacom procese má úlohu viacero motívov (Stávková, 2008). Neuspokojenou potrebou, túžbou, či želaním začína spotrebiteľské správanie. Toto správanie, nazývané aj motivované správanie, je zamerané na dosiahnutie cieľa a naplnenie potreby. Vnímanie je ďalším dôležitým psychologickým faktorom. Vnímanie je: „*to, ako vidíme svet okolo seba, a to, ako mu rozumieme*“ (Richterová a kol., 2015). Je pôsobením motivácie, kedy zbierame informácie z našej pamäte pomocou našich zmyslov. To, čo sa človek naučil v minulosti, ovplyvňuje jeho správanie dnes. Vďaka učeniu človek zbiera schopnosti riešiť situácie prostredníctvom skúseností (Qazzafi, 2020). Presvedčenia a postoje človek získava prostredníctvom skúseností. Skúsenosti vytvárajú obraz o značke a produktoch. Presvedčenie alebo viera je myšlienka vytvorená o predmetoch, založená na skutočnom poznaní a môže byť vytvorená na základe emócií. Postoj človeka znamená jeho hodnotenie a pocity voči produktu (Hosaini - Rojhe, 2020).

Podľa Novackej a kol. (2014) poznáme aj environmentálnu motiváciu účasti na cestovnom ruchu. Táto motivácia spočíva v ochrane životného prostredia. Turista vyhľadáva ekologicky orientované aktivity, zelené hotely a zelené strediská cestovného ruchu.

Podobne ako v iných oblastiach, aj v cestovnom ruchu vplývajú na turistu podobné faktory, ktoré ovplyvňujú jeho účasť. Podľa Novackej a kol. (2014) sú to nasledovné faktory:

1. Kultúrne – tieto faktory vyplývajú z historických, geografických, národnostných a náboženských podmienok. V súčasnosti sú najvplyvnejšími trendmi, vplývajúcimi na účasť na cestovnom ruchu, zblížovanie kultúr, zmeny v hierarchii hodnôt, túžba po vysokom životnom štandarde a túžba po významnejšom využívaní voľného času.
2. Spoločenské – ide najmä o príslušnosť k určitej spoločenskej vrstve, ktorú vykresľuje zamestnanie, vzdelanie, hierarchia hodnôt a spôsob života. Najvýznamnejší vplyv má na účasť v cestovnom ruchu rodina a nevyhnutnosťou je dostatok finančných prostriedkov a taktiež dostatok voľného času.
3. Osobné – sú podmienené najmä hierarchiou hodnôt a životným štýlom účastníka CR.
4. Psychologické – patrí sem motivácia, vnímanie, predstava a postoj.
5. Socioekonomické – ide o prienik kúpneho fondu a fondu voľného času, ktoré sú podmienkou účasti na cestovnom ruchu.

Podľa Richterovej a kol. (2015): „*Postoje sa chápu ako naučená predispozícia správať sa konzistentným spôsobom voči objektu (osobe, predmetu, situácii) a relatívne stálym smerom hodnotiť a reagovať na neho. Predstavujú duševný stav jednotlivca, ktorý určuje spôsob, akým vníma svoje okolie a ako naň reaguje*“. Postoje sú teda silným faktorom vplývajúcim na správanie jednotlivca. Určujú vzťah k produktu. Ovplyvňujú súčasti spotrebiteľského správania, akými sú nákup, odporúčania, názory a hodnotenia.

Bhatt (2014) hovorí, že postoje sú zložené z presvedčení, pocitov a zámerov správania voči nejakému objektu. Tieto zložky sú navzájom od seba závislé a spolu ovplyvňujú spotrebiteľskú reakciu na objekt. Marketingový pracovníci by mali vedieť identifikovať jednu funkciu produktu, ktorá dominuje a postaviť na nej reklamnú kampaň. Reklama tak vzbudzuje v spotrebiteľovi priaznivé myšlienky ohľadom produktu a zvyšuje možnosť nákupu (Solomon, 2006).

## 2 Ciele práce, metodika práce a metódy skúmania

Hlavným cieľom bakalárskej práce je identifikovať postoj slovenského spotrebiteľa k podnikom cestovného ruchu, ktorých činnosť je v súlade s princípmi cirkulárnej ekonomiky. V našom prípade išlo najmä o ubytovacie a stravovacie zariadenia a zavedenie zmien týkajúcich sa cirkulárnej ekonomiky do ich prevádzok.

Pre naplnenie hlavného cieľa sme si stanovili aj čiastkové ciele bakalárskej práce, ktoré dopĺňajú hlavný cieľ:

- Systematizovať výhody a nevýhody cirkulárnej ekonomiky oproti lineárnej ekonomike.
- Určiť princípy cirkulárnej ekonomiky.
- Špecifikovať negatívne vplyvy cestovného ruchu na životné prostredie.
- Identifikovať vplyv faktorov formujúcich nákupné správanie spotrebiteľov.
- Zrealizovať prieskum postoja spotrebiteľov k ubytovacím a stravovacím zariadeniam uplatňujúcim princípy cirkulárnej ekonomiky.
- Vyhodnotiť a vyvodiť závery z uskutočneného prieskumu.
- Navrhnuť odporúčania pre ubytovacie a stravovacie zariadenia na základe výsledkov prieskumu a analýzy literárnych zdrojov.

Ďalej sme si určili nasledovné výskumné otázky:

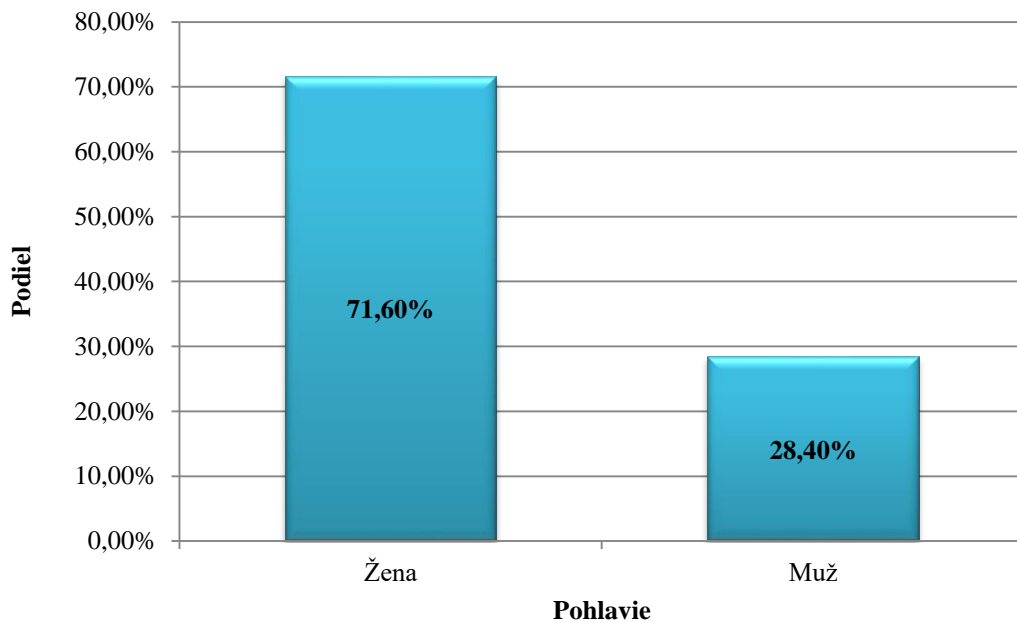
- Aký je vzťah medzi vekom respondentov a zavádzaním princípov cirkulárnej ekonomiky do ich životov?
- Aký je názor spotrebiteľov cestovného ruchu na zavedenie konkrétnych príkladov zmien súvisiacich s cirkulárnou ekonomikou v ubytovacích a stravovacích zariadeniach?
- Akú významnosť pripisujú spotrebiteľia uplatneniu princípov cirkulárnej ekonomiky v ubytovacích a stravovacích zariadeniach?
- Ktoré príklady zmien súvisiacich s cirkulárnou ekonomikou, podľa názoru spotrebiteľov, využívajú ubytovacie a stravovacie zariadenia na Slovensku?

## 2.1 Charakteristika objektu skúmania

Dotazník bol zverejnený v období od 25.11.2021 do 18.12.2021, počas ktorého náš dotazník vyplnilo 142 respondentov, z ktorých sme kvôli nevyhovujúcim odpovediam vylúčili jedného respondenta. Konečný výberový súbor tvoril 141 respondentov. Na to, aby sme vedeli bližšie charakterizovať respondentov, pýtali sme sa ich na pohlavie, vek, ukončené vzdelanie a kraj bydliska.

Ako uvádza graf č. 1, vzorku respondentov tvorilo 101 žien (71,6 %) a 40 mužov (28,4 %).

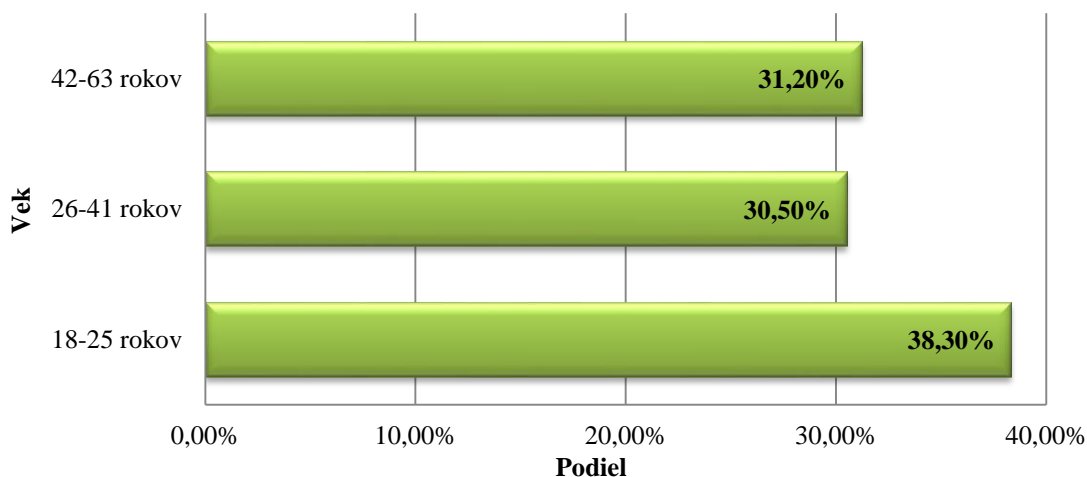
**Graf č. 1: Štruktúra respondentov podľa pohlavia**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

Otázka ohľadom veku respondentov bola otvorená otázka a všetky odpovede sme následne zaradili do troch vekových kategórií, ktoré sme si zvolili. Podľa grafu č. 2, 54 (38,3 %) respondentov bolo vo veku 18 - 25 rokov, 43 (30,50 %) respondentov bolo vo veku 26 - 41 rokov tvorili a 44 (31,20 %) respondentov bolo vo veku 42 - 63 rokov.

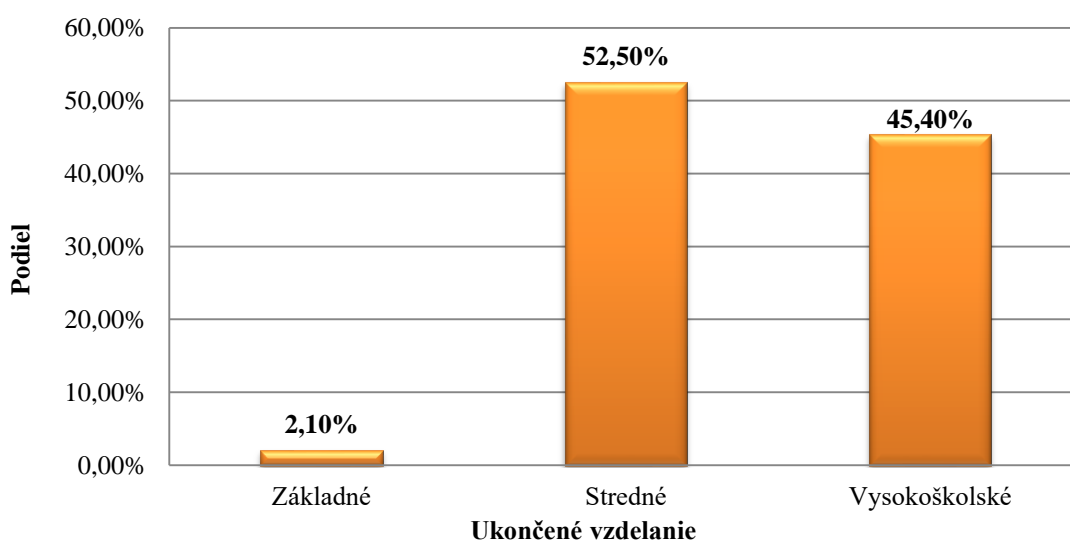
**Graf č. 2: Štruktúra respondentov podľa veku**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

Z celkového množstva respondentov tvorili 52,4 % ľudia s ukončeným stredným vzdelaním, 45,4 % ľudia s ukončeným vysokoškolským vzdelaním a zvyšné 2,1 % mali ukončené základné vzdelanie (graf č. 3).

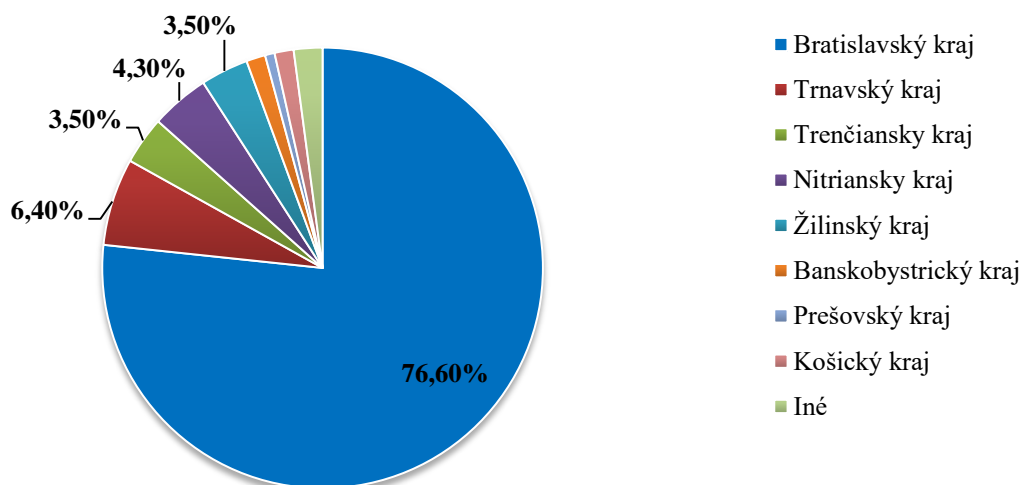
**Graf č. 3: Štruktúra respondentov podľa ukončeného vzdelania**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

Respondentov sme sa pýtali aj na kraj ich bydliska a dali sme im na výber zo všetkých slovenských krajov a navyše možnosť iné. V grafe č. 4 môžeme vidieť, že väčšinu našej vzorky tvorili respondenti z Bratislavského kraja (76,6 %). Možnosť iné si vybrali respondenti pochádzajúci z Českej republiky (2,1 %).

**Graf č. 4: Kraj bydliska respondentov**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

## 2.2 Metodika práce a metódy skúmania

Pri písaní teoretickej časti práce sme využili hlavne analýzu, ale aj syntézu a porovnanie vlastností skúmaných pojmov. Údaje k písaniu bakalárskej práce sme získavali z odbornej slovenskej a zahraničnej literatúry, akou sú rôzne dôveryhodné internetové zdroje, knihy a publikácie. V praktickej časti práce sme si spravili kvantitatívny výskum a ako metódu skúmania sme si zvolili online dopytovanie prostredníctvom dotazníka. Dotazník je najjednoduchší spôsob zberu informácií pri tvorbe prieskumu postoja spotrebiteľov. Tento dotazník bol zverejnený elektronicky na rôznych sociálnych sieťach. Pomocou odkazu na sociálnej sieti si respondenti mohli dotazník otvoriť, odpovedať na naše otázky a následne odoslať ich odpovede. V úvode dotazníka sme respondentom vysvetlili cieľ a význam prieskumu a ubezpečili sme ich, že ich odpovede sú anonymné.

Respondenti mohli byť akéhokoľvek veku alebo pohlavia, pretože nás zaujímal postoj rôznych, najmä slovenských spotrebiteľov na podniky uplatňujúce princípy cirkulárnej ekonomiky. Dotazník bol zverejnený 25.11.2021. Zber údajov prebiehal do 18.12.2021.

V dotazníku sme využili najmä uzatvorené otázky alternatívne, ale aj selektívne s viacerými možnými odpoveďami. Škálové otázky nám umožnili zistiť názory a záujmy spotrebiteľov o danú problematiku. Na konci dotazníka sme dali rozdeľovacie otázky.

Prvé otázky dotazníka boli orientované na znalosť a záujem spotrebiteľov o ochranu životného prostredia. Základnou otázkou bolo, či poznajú pojem „cirkulárna ekonomika“ alebo „obehové hospodárstvo“. Ďalej sme sa pýtali, či ich zaujímajú 2 základné princípy cirkulárnej ekonomiky, ktoré sú pre spotrebiteľa blízke, a to separovanie odpadu a udržateľnosť produktov.

Zaujímalo nás, či spotrebiteľia uprednostňujú pri výbere ubytovacích alebo stravovacích zariadení také, ktorých činnosť je v súvislosti s cirkulárnou ekonomikou, kde sme im daný pojem vysvetlili. Keďže sa v reštauráciách často plytvá jedlom, respondenti ako spotrebiteľia mohli uviesť, či preferujú menšie alebo väčšie porcie jedál. V ďalších otázkach sme sa pýtali na záujem spotrebiteľov o uplatnenie zmien, ktoré sú v súlade s cirkulárnou ekonomikou v ubytovacích a stravovacích zariadeniach a do akej miery sú pre nich takéto zmeny dôležité. Následne sme dotazník rozdelili na sekcie podľa toho, či respondent pozná na Slovensku nejaké ubytovacie alebo stravovacie zariadenie, ktoré využíva podobné princípy. Ak poznal, uviedol, ktoré z daných príkladov zmien súvisiacich s cirkulárnou ekonomikou prevádzky využívajú.

Na konci sme mali rozdeľovacie otázky, kde sme sa respondentov pýtali na vek, pohlavie, ukončené vzdelanie a kraj, v ktorom bývajú.

Odpovede z dotazníka sme následne spracovali do výstupov pomocou grafického zobrazovania a tvorbou vhodných doplnkových tabuliek. Taktiež sme pre lepšie vyhodnotenie výsledkov využili metódu komparácie.

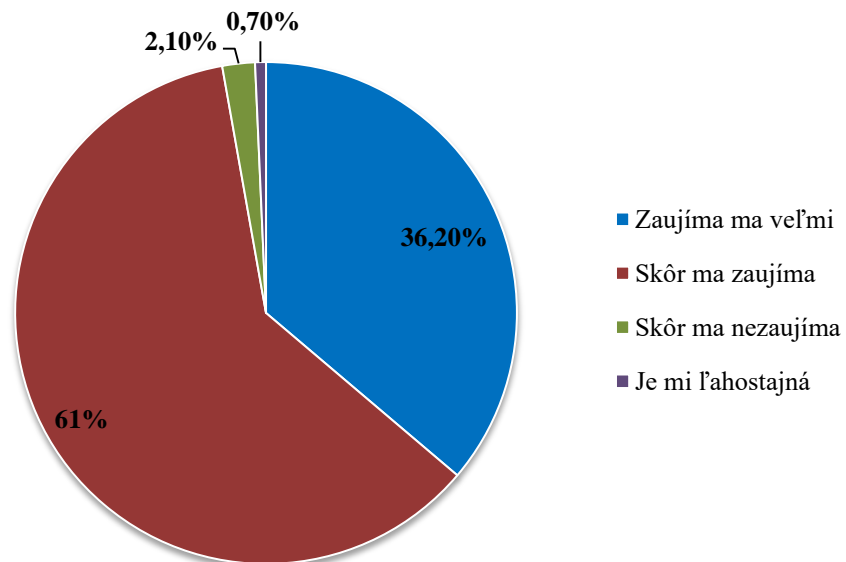
### 3 Výsledky práce a diskusia

V tejto časti bakalárskej práce zhodnotíme výsledky prieskumu, ktorý bol realizovaný prostredníctvom metódy online dopytovania. Pre lepšiu predstaviteľnosť výsledky zobrazujeme pomocou grafov a tabuliek. V diskusii zhrnieme a odôvodníme výsledky a na základe nich následne uvedieme odporúčania pre podniky cestovného ruchu.

#### 3.1 Výsledky prieskumu

Keďže cirkulárna ekonomika vznikla v dôsledku potreby zníženia dopadu ľudskej činnosti na životné prostredie, zaujímalo nás, či sa naši respondenti o tento problém tiež zaujímajú. Z grafu č. 5 vyplýva, že problematika životného prostredia zaujíma takmer každého z respondentov – až 137 (97,2 %) opýtaných uviedlo, že sa zaujíma veľmi alebo skôr sa zaujíma.

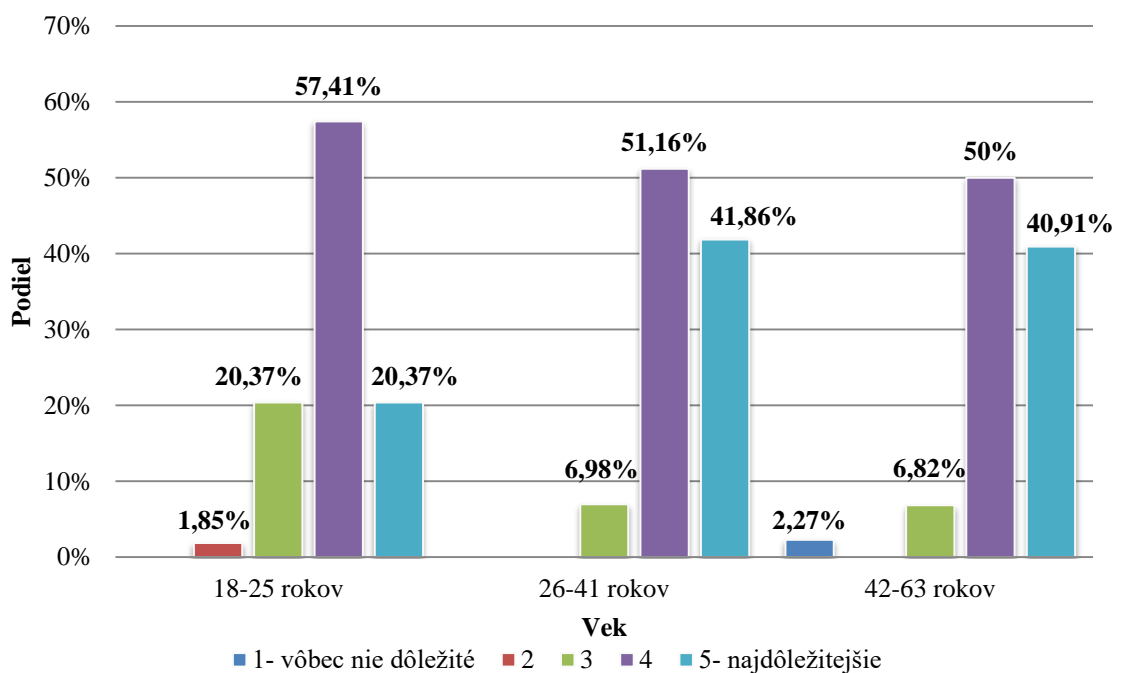
**Graf č. 5: Záujem o problematiku ochrany životného prostredia**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

Udržateľnosť, čiže dlhá životnosť a možná opraviteľnosť produktov je tiež jeden zo základných princípov CE. Udržateľnosť produktov je pre respondentov dôležitý faktor. V grafe č. 6 môžeme vidieť, že v kategóriách 26 - 41 rokov a 42 - 63 rokov je udržateľnosť produktov viac dôležitá. Vo vekovej kategórii 18 - 25 rokov je udržateľnosť produktov veľmi dôležitá (možnosti 4 a 5) pre 77,78 % respondentov, vo vekovej kategórii 26 - 41 je veľmi dôležitá pre 93,02 % a pre 90,91 % vo vekovej kategórii 42 - 63 rokov.

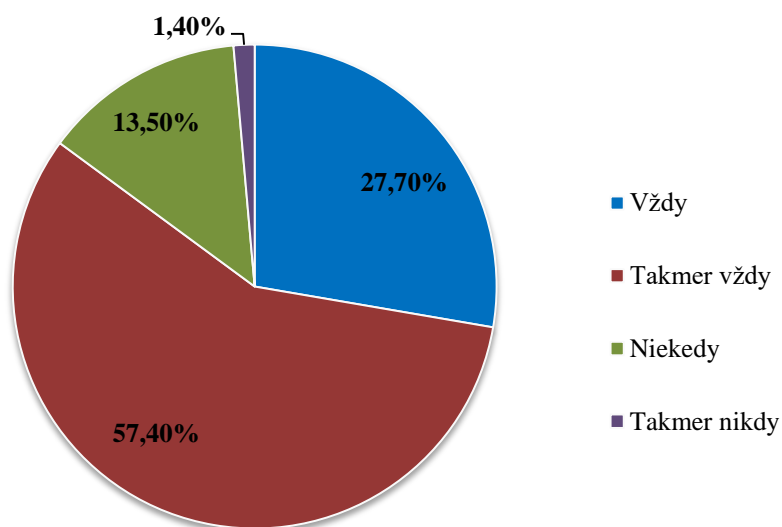
**Graf č. 6: Dôležitosť udržateľnosti produktov (dlhá životnosť, opraviteľnosť) v závislosti od veku**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

Ďalšia otázka sa zameriavala na záujem spotrebiteľov o jeden zo základných princípov cirkulárnej ekonomiky, ktoré respondenti môžu zaviesť aj do svojho každodenného života. Až 120 (85,1 %) respondentov separuje odpad takmer vždy alebo vždy. Niekedy separuje odpad 19 (13,5 %) respondentov a takmer nikdy dvaja (1,4 %) respondenti (graf č. 7)

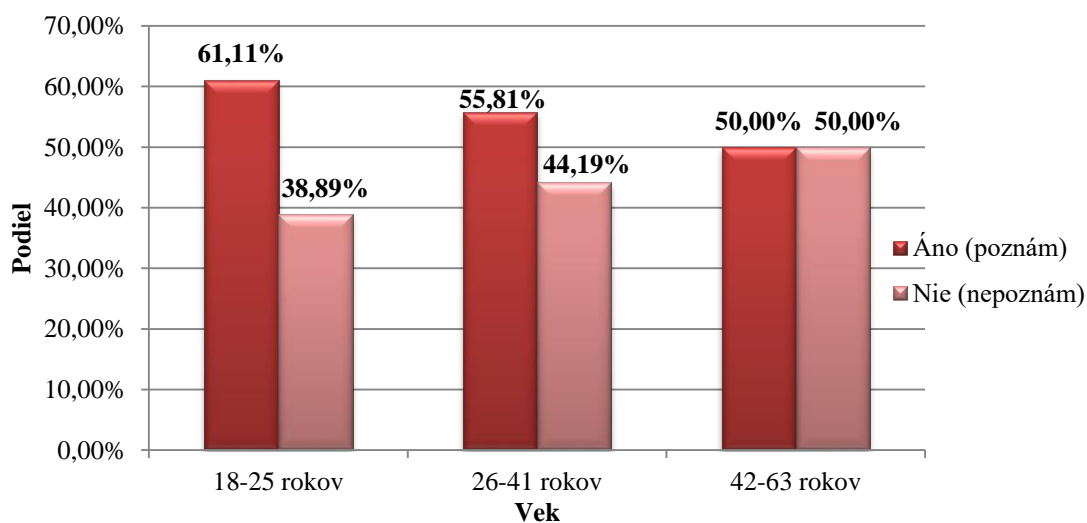
**Graf č. 7: Separovanie odpadu**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

V grafe č. 8 môžeme vidieť závislosť znalosti pojmu „cirkulárna ekonomika“ od veku respondentov. Cieľom bolo zistiť, či majú respondenti predstavu čo je cirkulárna ekonomika a či sa s ňou niekedy stretli. Až 33 (61,11 %) respondentov vo veku 18 - 25 rokov uviedlo, že rozumie danému pojmu a môžeme vidieť, že s vyšším vekom sa znalosť pojmu znižuje. Vo vekovej kategórii 26 - 41 rokov uviedlo 24 (55,81 %) respondentov, že pozná pojem „cirkulárna ekonomika“ a vo vekovej kategórii 42 - 63 rokov pozná daný pojem 22 (48,79 %) respondentov.

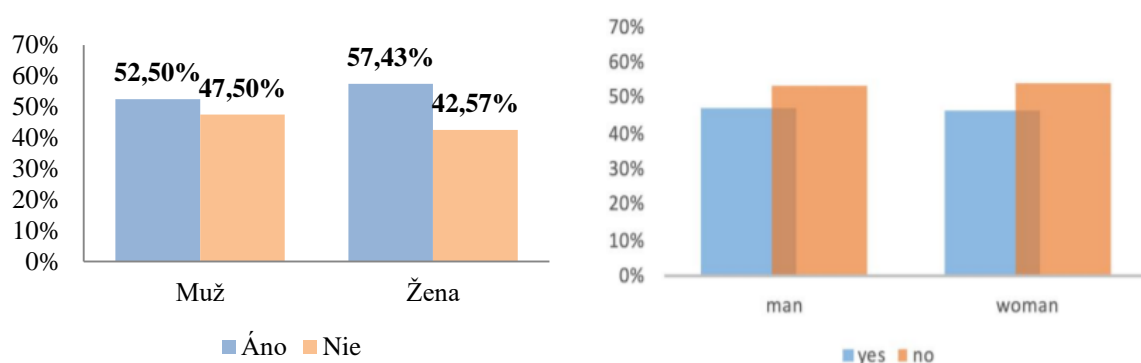
**Graf č. 8: Znalosť pojmu „cirkulárna ekonomika“(obehové hospodárstvo) v závislosti od veku**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

Ladislav Vagner (2021) tiež skúmal znalosť spotrebiteľov o cirkulárnej ekonomike. Jeho prieskum na vzorke 385 slovenských respondentov mal za cieľ zistiť mieru povedomia o cirkulárnej ekonomike na Slovensku. Z výsledkov v grafe č. 9 je jasné, že v danej vzorke respondentov viac žien aj mužov nepozná daný pojem, z čoho vyplýva nedostatočná znalosť v tejto oblasti (presné číselné hodnoty nie sú k dispozícii). Na rozdiel od ich prieskumu, nám prieskum ukazuje pozitívnejšie výsledky. Ak porovnáваме znalosť pojmu u mužov a žien, 52,50 % mužov a 57,43 % žien pozná pojem cirkulárna ekonomika.

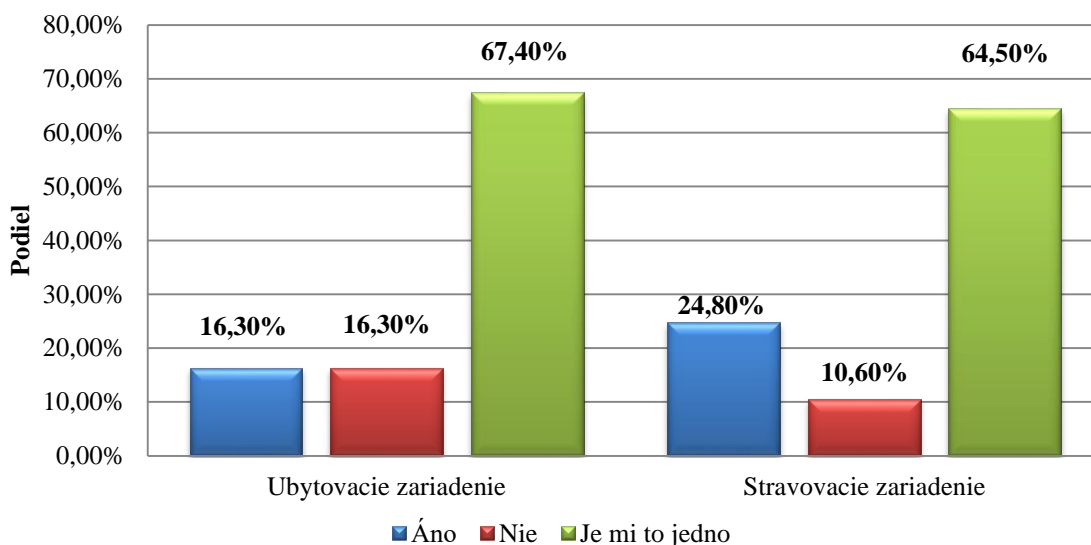
**Graf č. 9: Porovnanie výsledkov znalosti cirkulárnej ekonomiky v našom prieskume a v prieskume od Vagnera (2021)**



*Zdroj: vlastné spracovanie a podľa Vagnera (2021)*

Pri otázkach uprednostňovania ubytovacích/stravovacích zariadení využívajúcich princípy cirkulárnej ekonomiky sme respondentom vysvetlili, čo to znamená využívať princípy cirkulárnej ekonomiky, teda že využívajú napríklad obnoviteľné zdroje energie, podporujú lokálnych dodávateľov, ekoinovácie, ekodizajn a tak znižujú množstvo odpadu. Princípy CE v ubytovacích a stravovacích zariadeniach nie sú na Slovensku štandardom, ale skôr raritou. Podľa grafu č. 10, až 95 (67,4 %) respondentov uviedlo, že je im jedno pri výbere stravovacieho zariadenia, či využívajú princípy CE. Podobne aj pri výbere ubytovacieho zariadenia tak odpovedalo 91 (64,5 %) respondentov. Pri stravovacích zariadeniach 35 respondentov (24,8 %) uviedlo, že uprednostňuje také, ktoré využívajú princípy cirkulárnej ekonomiky a pri ubytovacích zariadeniach to uviedlo 23 (16,3 %) respondentov.

**Graf č. 10: Uprednostňovanie výberu ubytovacích/stravovacích zariadení využívajúcich princípy cirkulárnej ekonomiky**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

V tabuľke č. 1 môžeme vidieť, že respondenti, ktorí označili možnosť „Áno“ v otázke „Uprednostňujete pri výbere ubytovacieho/stravovacieho zariadenia tie, ktoré využívajú princípy cirkulárnej ekonomiky?“ boli najmä ženy (73,91 % pri ubytovacích zariadeniach a 77,14 % pri stravovacích zariadeniach). Vo vekových kategóriách významné rozdiely nenastali, iba pri stravovacích zariadeniach viac dominovali ľudia vo veku 41 - 63 rokov (40,00 %). Možnosť „Áno“ označili najmä ľudia s ukončeným stredným vzdelaním (56,52 % pri ubytovacích zariadeniach a 57,14 % pri stravovacích zariadeniach).

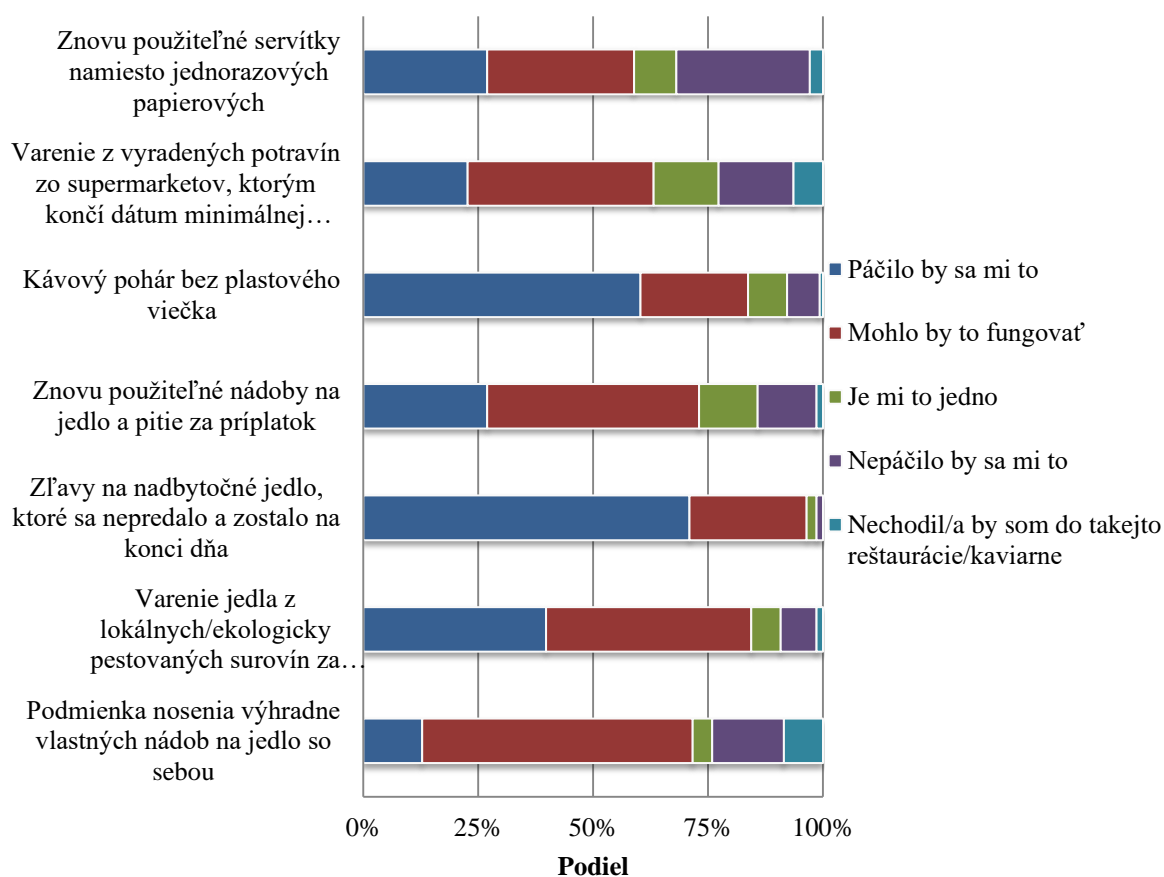
**Tabuľka č. 1: Charakteristika respondentov, ktorí označili možnosť „Áno“ v otázke „Uprednostňujete pri výbere ubytovacieho/stravovacieho zariadenia tie, ktoré využívajú princípy cirkulárnej ekonomiky?“**

		Ubytovacie zariadenie	Stravovacie zariadenie
<b>Pohlavie</b>	<i>Žena</i>	73,91 %	77,14 %
	<i>Muž</i>	26,09 %	22,86 %
<b>Vek</b>	<i>18 - 25 rokov</i>	34,78 %	31,43 %
	<i>26 - 41 rokov</i>	30,44 %	28,57 %
	<i>41 - 63 rokov</i>	34,78 %	40,00 %
<b>Vzdelanie</b>	<i>Základné</i>	0 %	5,72 %
	<i>Stredné</i>	56,52 %	57,14 %
	<i>Vysokoškolské</i>	43,48 %	37,14 %

*Zdroj: vlastné spracovanie*

Pri nasledujúcej otázke sme sa bližšie zamerali na názor spotrebiteľov na konkrétne príklady súvisiace so zavedením princípov CE do stravovacích zariadení. Niektoré z nich sú jednoznačné a vidieť ich takmer v každom podniku, iné sú aj úplne nové a nepoznané zmeny, ktoré by sa mohli zaviesť, aby sa znížilo množstvo odpadu v takýchto prevádzkach.

**Graf č. 11: Názor na zavedenie zmien súvisiacich s cirkulárnou ekonomikou v stravovacích zariadeniach (napr. reštaurácie a kaviarne)**



Zdroj: vlastné spracovanie

V tabuľke č. 2 môžeme vidieť, že najviac respondentov uviedlo, že by sa im páčilo zavedenie zliav na nadbytočné jedlo, ktoré sa nepredalo a zostalo na konci dňa (70,92 %). Podobne by sa respondentom páčilo, keby kaviarne robili kávu do pohárov bez plastového viečka (60,28 %). Najviac kritickí boli respondenti pri používaní znovu použiteľných servítkami namiesto jednorazových papierových - 31,91 % uviedlo, že by sa im zavedenie tejto zmeny nepáčilo alebo by nechodili do takejto reštaurácie/kaviarne. Rôzne názory uviedli respondenti aj pri varení z vyradených potravín zo supermarketov, ktorým končí dátum minimálnej trvanlivosti - 63,12 % uviedlo, že by sa im to páčilo alebo, že by to

mohlo fungovať. Na druhej strane 22,70 % uviedlo, že by sa im to nepáčilo alebo by do takejto reštaurácie/kaviarne nechodili. Podobne aj k podmienke nosenia vlastných nádob na jedlo so sebou sa 24,11 % respondentov vyjadrilo negatívne.

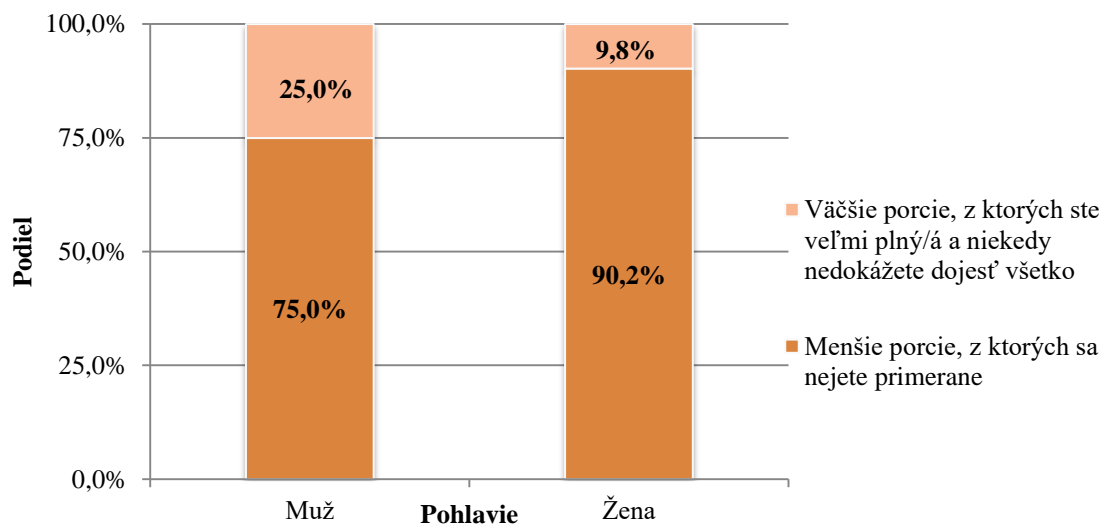
**Tabuľka č. 2: Názor na zavedenie zmien súvisiacich s cirkulárnou ekonomikou v stravovacích zariadeniach (napr. reštaurácie a kaviarne)**

	<b>Páčilo by sa mi to</b>	<b>Mohlo by to fungovať</b>	<b>Je mi to jedno</b>	<b>Nepáčilo by sa mi to</b>	<b>Nechodil/a by som do takejto reštaurácie Kaviarne</b>
<b>Podmienka nosenia výhradne vlastných nádob na jedlo so sebou</b>	12,77 %	58,87 %	4,26 %	15,60 %	8,51 %
<b>Varenie jedla z lokálnych/ekologicky pestovaných surovín za vyššiu cenu</b>	39,72 %	44,68 %	6,38 %	7,80 %	1,42 %
<b>Zľavy na nadbytočné jedlo, ktoré sa nepredalo a zostalo na konci dňa</b>	70,92 %	25,53 %	2,13 %	1,42 %	0,00 %
<b>Znovu použiteľné nádoby na jedlo a pitie za príplatok</b>	26,95 %	46,10 %	12,77 %	12,77 %	1,42 %
<b>Kávový pohár bez plastového viečka</b>	60,28 %	23,40 %	8,51 %	7,09 %	0,71 %
<b>Varenie z vyradených potravín zo supermarketov, ktorým končí dátum minimálnej trvanlivosti</b>	22,70 %	40,43 %	14,18 %	16,31 %	6,38 %
<b>Znovu použiteľné servítky namiesto jednorazových papierových</b>	26,95 %	31,91 %	9,22 %	29,08 %	2,84 %

*Zdroj: vlastné spracovanie*

V reštauráciách sa často plytvá jedlom aj kvôli nadrozmerným porciám, ktoré zákazníci dostávajú a majú problém ich zjesť. Zaujímalo nás, či respondenti preferujú skôr väčšie porcie alebo malé, ktoré nie každého zasýti. Z grafu č. 12 vyplýva, že väčšie porcie preferuje 10 (25 %) mužov a 10 (9,8 %) žien.

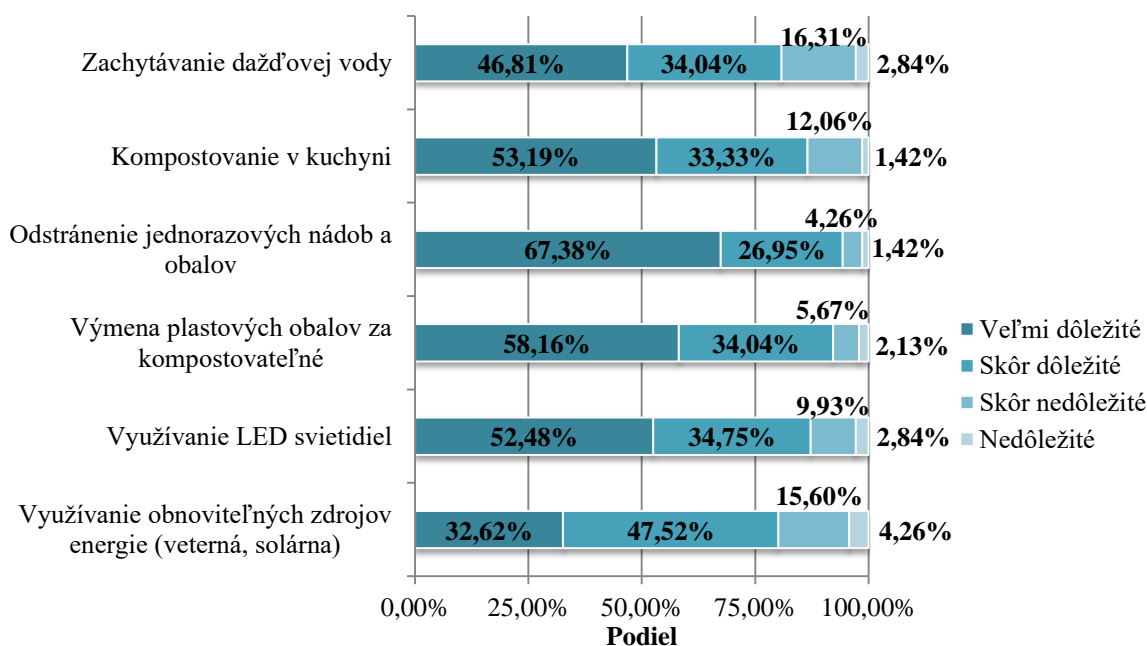
**Graf č. 12: Preferovanie menších/väčších porcií v reštauráciách.**



Zdroj: vlastné spracovanie

V ďalšej otázke sme chceli zistiť, ako respondenti vnímajú zmeny zmiernujúce dosah na životné prostredie v ubytovacích a stravovacích zariadeniach z hľadiska ich dôležitosti. Podľa grafu č. 13 vnímajú respondenti zavedenie uvedených zmien za približne rovnako dôležité. Až 133 (94,33 %) respondentov uviedlo, že odstránenie jednorazových nádob a obalov je najdôležitejšie alebo skôr dôležité. Za najmenej dôležité alebo skôr nedôležité považuje 28 (19,86 %) respondentov využívanie obnoviteľných zdrojov energie a 27 (19,15 %) respondentov zachytávanie dažďovej vody.

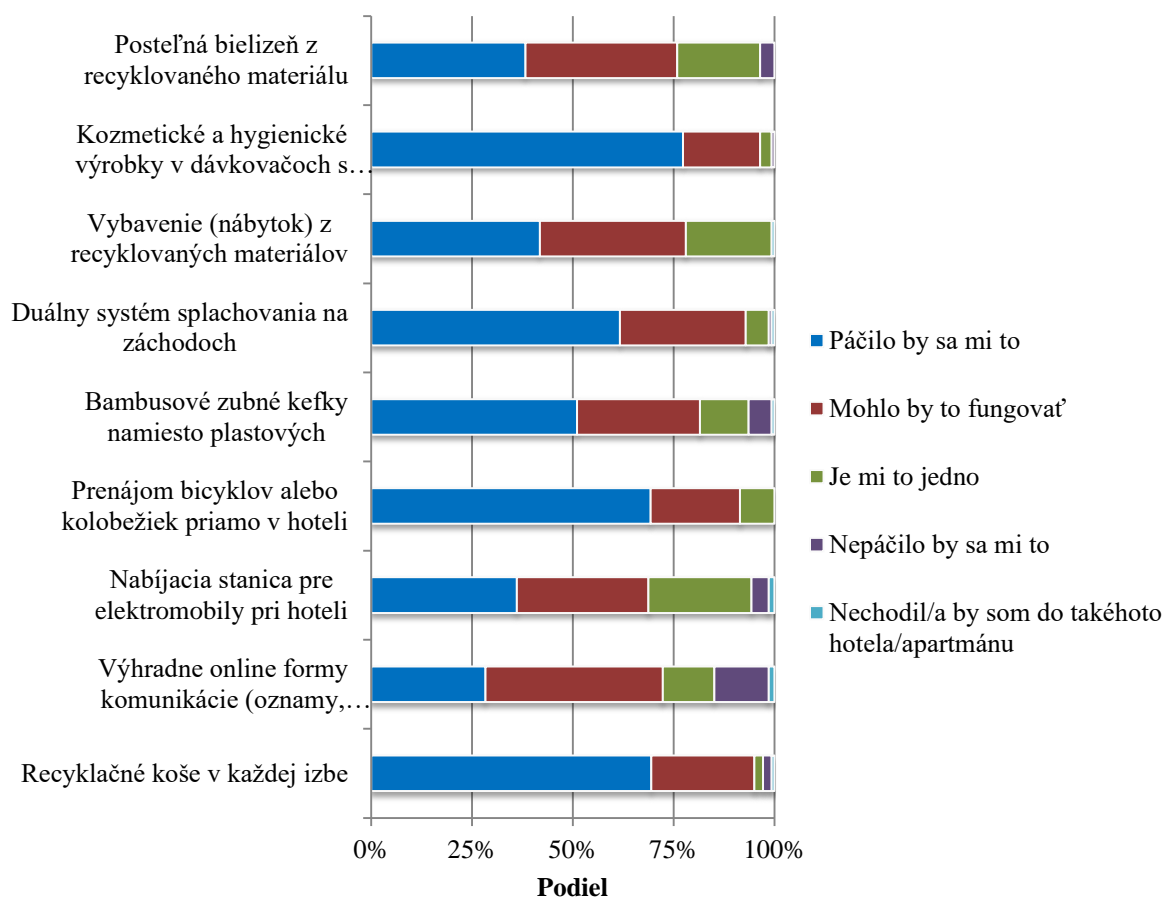
**Graf č. 13: Dôležitosť zmien súvisiacich s cirkulárnou ekonomikou v ubytovacích a stravovacích zariadeniach**



Zdroj: vlastné spracovanie

Ďalej sme sa zamerali na ubytovacie zariadenia a názor spotrebiteľov na príklady zavedenia zmien, ktoré sú v súvislosti s princípmi CE. V ubytovacích zariadeniach je okrem kuchyne aj mnoho iných činností súvisiacich s pobytom, ktoré znečisťujú klímu. Respondentom sme uviedli príklady možných zmien, ktoré by tento problém mohli zmierniť.

**Graf č. 14: Názor na zmeny súvisiace s cirkulárnou ekonomikou v ubytovacích zariadeniach**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

Podľa údajov z tabuľky č. 3 by sa respondentom najviac páčili kozmetické a hygienické výrobky v dávkovačoch s pumpičkou, ktoré sa dajú znova dopĺňať - až 96,45 % uviedlo, že by sa im to páčilo alebo by to mohlo fungovať. Podobne aj napríklad recyklačné koše v každej izbe by vyhovovali 95,04 % respondentom a duálny systém splachovania 93 % respondentom. Najviac kritickí boli respondenti pri výhradne online formách komunikácie, kde 14,9 % respondentov uviedlo, že by sa im takáto zmena nepáčila alebo, že by takýto hotel/apartmán nenavštívili.

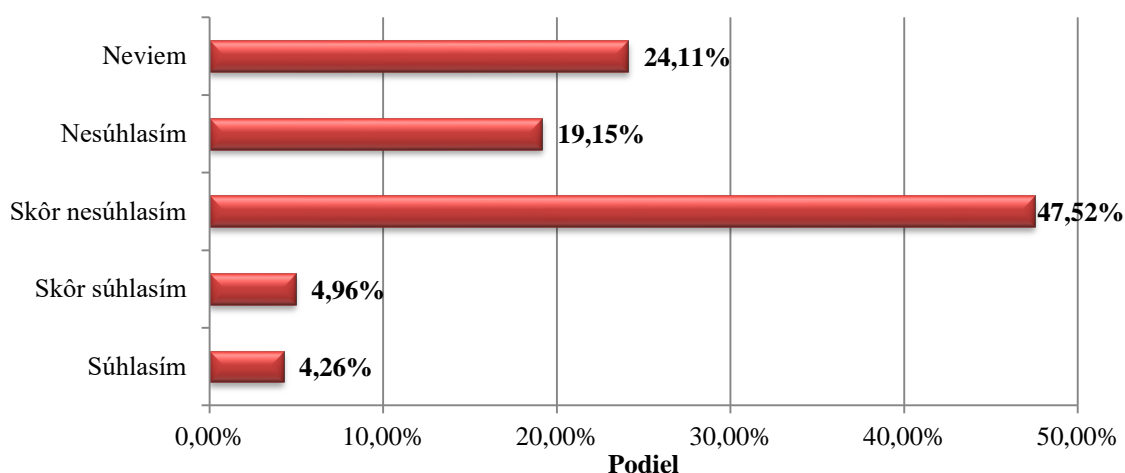
**Tabuľka č. 3: Názor na zmeny súvisiace s cirkulárnou ekonomikou v ubytovacích zariadeniach**

	<b>Páčilo by sa mi to</b>	<b>Mohlo by to fungovať</b>	<b>Je mi to jedno</b>	<b>Nepáčilo by sa mi to</b>	<b>Nechodil/a by som do takéhoto hotela/ Apartmánu</b>
<b>Recyklačné koše v každej izbe</b>	69,50 %	25,53 %	2,13 %	2,13 %	0,71 %
<b>Výhradne online formy komunikácie (oznamy, menu, spätná väzba)</b>	28,37 %	43,97 %	12,77 %	13,48 %	1,42 %
<b>Nabíjacia stanica pre elektromobily pri hoteli</b>	36,17 %	32,62 %	25,53 %	4,26 %	1,42 %
<b>Prenájom bicyklov alebo kolobežiek priamo v hoteli</b>	69,29 %	22,14 %	8,57 %	0,00 %	0,00 %
<b>Bambusové zubné kefky namiesto plastových</b>	51,06 %	30,50 %	12,06 %	5,67 %	0,71 %
<b>Duálny systém splachovania na záchodoch</b>	61,70 %	31,21 %	5,67 %	0,71 %	0,71 %
<b>Vybavenie (nábytok) z recyklovaných materiálov</b>	41,84 %	36,17 %	21,28 %	0,00 %	0,71 %
<b>Kozmetické a hygienické výrobky v dávkovačoch s pumpičkou , ktoré sa dajú znova doplniť</b>	77,30 %	19,15 %	2,84 %	0,71 %	0,00 %
<b>Posteľná bielizeň z recyklovaného materiálu</b>	38,30 %	37,59 %	20,57 %	3,55 %	0,00 %

*Zdroj: vlastné spracovanie*

Na Slovensku je cirkulárna ekonomika v cestovnom ruchu zatiaľ iba v začiatkoch. Cieľom bolo zistiť, či vnímajú spotrebitelia množstvo ubytovacích a stravovacích podnikov, ktoré sa snažia o zmenu, ako dostatočné. Väčšina našich respondentov podľa grafu č. 15 buď nevie alebo nesúhlasí s výrokom, že na Slovensku je dostatok ubytovacích a stravovacích zariadení uplatňujúcich princípy cirkulárnej ekonomiky. Až 94 (66,67 %) respondentov uviedlo, že nesúhlasí alebo skôr nesúhlasí s daným výrokom.

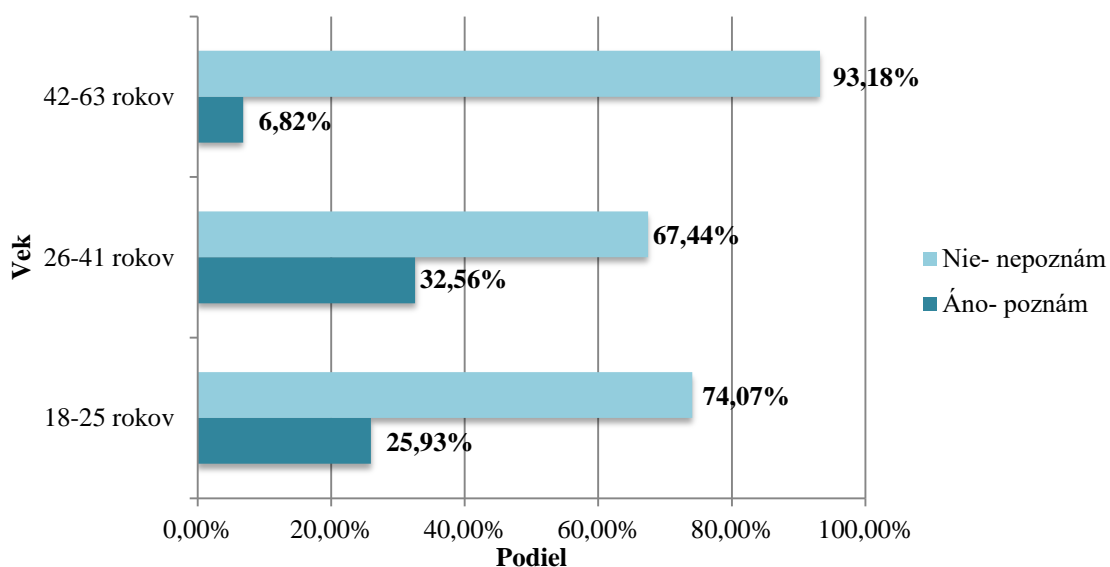
**Graf č. 15: Miera súhlasu s dostatkom ubytovacích a stravovacích zariadení uplatňujúcich princípy CE na Slovensku**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

V nadväznosti na predošlú otázku sme zisťovali, či respondenti poznajú také podniky, ktoré sa snažia uplatňovať princípy CE. Väčšina respondentov v každej vekovej kategórii uviedla, že nepozná takéto ubytovacie alebo stravovacie zariadenie. Z grafu č. 16 môžeme vidieť, že najviac opýtaných vo veku 26 - 41 rokov (32,56 %) pozná nejaké ubytovacie alebo stravovacie zariadenie uplatňujúce princípy cirkulárnej ekonomiky, za ním nasleduje veková skupina 18 - 25 rokov (25,93 %) a nakoniec veková skupina vo veku 42 - 63 rokov (6,52 %).

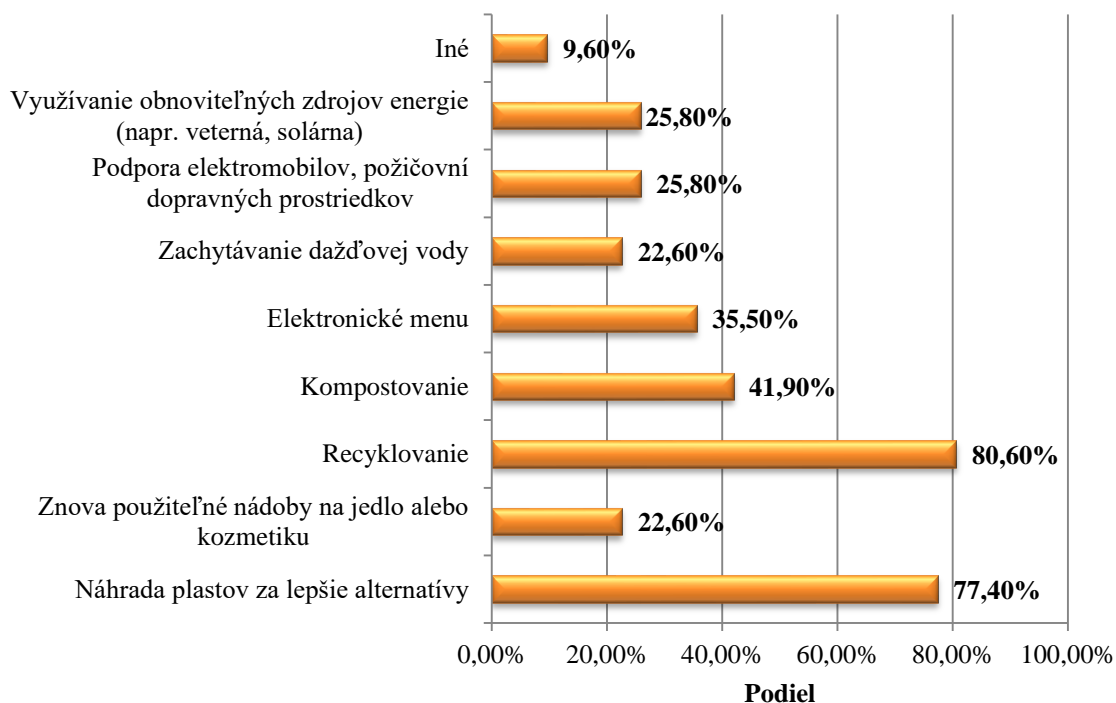
**Graf č. 16: Znalosť respondentov o ubytovacích a stravovacích zariadení na Slovensku uplatňujúcich princípy CE podľa veku**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

Na ďalšiu otázku odpovedali iba respondenti, ktorí uviedli v predchádzajúcej otázke, že poznajú nejaké ubytovacie a stravovacie zariadenie na Slovensku využívajúce princípy CE. V otázke sme hľadali najviac využívané ekologické opatrenia, ktorých sú si spotrebitelia vedomí, že sa v podnikoch využívajú, pričom bola možná aj viacnásobná odpoveď. Ako znázorňuje graf č. 17, najviac respondentov uviedlo, že takéto zariadenia zaviedli recyklovanie (80,60 %) a náhrady plastov za lepšie alternatívy (77,40 %). Najmenej časté odpovede boli zachytávanie dažďovej vody (22,60 %) a znova použiteľné nádoby na jedlo alebo kozmetiku (22,60 %).

**Graf č. 17: Princípy CE, ktoré uplatňujú ubytovacie a stravovacie zariadenia na Slovensku z pohľadu respondentov**



*Zdroj: vlastné spracovanie*

## 3.2 Diskusia a odporúčania

V tejto časti práce sme vďaka vypracovanej teoretickej a praktickej časti zodpovedali naše výskumné otázky. Pomocou otázok dotazníkového prieskumu sme zisťovali postoj spotrebiteľov k cirkulárnej ekonomike v ubytovacích a stravovacích zariadeniach. Následne sme vypracovali odporúčania pre podniky cestovného ruchu.

*Aký je vzťah medzi vekom respondentov a zavádzaním princípov cirkulárnej ekonomiky do ich životov?*

Podľa prieskumu môžeme zhodnotiť, že spotrebiteľia sa zaujímajú o súčasné témy týkajúce sa ochrany životného prostredia. Separovanie odpadu je pre spotrebiteľov už takmer samozrejmosťou a zavádzajú to aj do svojich životov. Až 57,4 % respondentov separuje odpad vždy a 27,7 % takmer vždy. Spotrebiteľia majú postupne lepšie podmienky pre separovanie odpadu aj v rámci zberu odpadu v jednotlivých obciach. Udržateľnosť produktov vo forme dostupnejšej opraviteľnosti a dlhej životnosti produktov je veľmi dôležitá najmä pre vyššie vekové kategórie (93,02 % a 90,91 %). Môžeme to zdôvodniť najmä ich záujmom o kvalitnejšie produkty, ktoré sa spájajú aj s vyššou cenou. Študenti a mladí spotrebiteľia môžu vo väčšine prípadov preferovať lacnejšie produkty, ktoré nie vždy bývajú udržateľné.

Bližšie sme sa v prieskume zamerali na cirkulárnu ekonomiku a podľa výsledkov prieskumu až 61 % spotrebiteľov vo veku 18 - 25 rokov pozná daný pojem. Mladšia generácia sa viac stretáva s ochranou životného prostredia napríklad v škole, kde sa rôzne témy začínajú rozoberať aj z hľadiska udržateľnosti. Znalosť pojmu sa znižuje s vyššou vekovou kategóriou.

*Aký je názor spotrebiteľov cestovného ruchu na zavedenie konkrétnych príkladov zmien súvisiacich s cirkulárnou ekonomikou v ubytovacích a stravovacích zariadeniach?*

Respondenti pri výbere ubytovacieho alebo stravovacieho zariadenia nevyhľadávajú také, ktoré uplatňuje princípy CE. Túto skutočnosť môžeme pripísať obmedzenou ponukou takéhoto typu a nedostatočnými znalosťami spotrebiteľov o prínosoch zavádzania princípov CE do zariadení cestovného ruchu. Spotrebiteľia sa môžu vzdelávať aj vďaka Inštitútu cirkulárnej ekonomiky, ktorý vypracoval rôzne publikácie a vzdelávacie projekty zaoberajúce sa práve cirkulárnou ekonomikou. Spotrebiteľia, ktorí

uprednostňujú takéto ubytovacie (16,3 %) alebo stravovacie (10,60 %) zariadenia sú najmä ženy a respondenti s ukončeným stredným vzdelaním. Všeobecne mali respondenti pozitívny postoj ku konkrétnym zmenám, ktoré by sa mohli zaviesť do ubytovacích a stravovacích zariadení, aby sa znížil vplyv na životné prostredie. Zľavy na nadbytočné jedlo na konci dňa a kávový pohár bez plastového viečka, ktoré znižujú množstvo odpadu v stravovacích zariadeniach, sa respondentom najviac páčili (70,92 % a 60,28 %). Uvedené zmeny v ubytovacích zariadeniach respondenti vnímali pozitívne. Avšak výhradne online formy komunikácie, ktoré znižujú množstvo odpadu sú stále pre niektorých respondentov problém (14,9 %). Niektorí starší ľudia ešte nie sú zvyknutí na komunikáciu cez telefón a preto by to pre nich mohlo predstavovať prekážku.

*Akú významnosť pripisujú spotrebiteľia uplatneniu princípov cirkulárnej ekonomiky v ubytovacích a stravovacích zariadeniach?*

Zmeny súvisiace s cirkulárnou ekonomikou sú pre respondentov dôležité a to najmä odstránenie jednorazových nádob a obalov (94,33 %). Ako menej dôležité vnímajú niektorí respondenti zachytávanie dažďovej vody (19,15 %) alebo využívanie obnoviteľných zdrojov energie (19,15 %). Tieto zmeny môžu byť pre respondentov menej známe a nemajú o nich dostatok informácií.

*Ktoré príklady zmien súvisiacich s cirkulárnou ekonomikou, podľa názoru spotrebiteľov, využívajú ubytovacie a stravovacie zariadenia na Slovensku?*

Z prieskumu vyplýva, že väčšina respondentov (66,67 %) si myslí, že na Slovensku nie je dostatok ubytovacích a stravovacích zariadení uplatňujúcich princípy CE. Iba 32,56 % respondentov vo veku 26 - 41 rokov, 25,93 % vo veku 18 - 25 rokov a 6,82 % vo veku 42 - 63 rokov pozná ubytovacie alebo stravovacie zariadenie uplatňujúce princípy CE. Respondenti uviedli, že podľa ich vedomia najčastejšie podniky využívajú možnosť recyklovania (80,60 %) a alternatívy k plastovým výrobkom (77,40 %). Recyklovanie a problém plastov sú témy, ktoré sú na Slovensku najviac rozoberané a tým pádom je ich zavádzanie do podnikov pochopiteľné, avšak treba sa bližšie venovať aj využívaniu obnoviteľných zdrojov energie a kompostovaniu v kuchyni.

Na základe výsledkov spracovania záverečnej práce môžeme poskytnúť niekoľko odporúčaní pre podniky pôsobiace v cestovnom ruchu, konkrétne pre ubytovacie a stravovacie zariadenia, ktorými môžu dosiahnuť zníženie vplyvu ich činnosti na životné

prostredie. Zároveň môžu vďaka týmto odporúčaniam zvýšiť záujem spotrebiteľov o ich služby, keďže spotrebiteľia čím ďalej tým viac pristupujú zodpovednejšie k výberu produktov.

Podniky by mali vymyslieť spôsob, akým znížia množstvo plastového a potravinového odpadu. Pravidelný audit množstva použitých plastov pomôže podnikom identifikovať, kde je možné množstvo plastov obmedziť. Jedným spôsobom, ako znížiť množstvo obalového odpadu, je nakupovať potrebné suroviny od dodávateľov vo veľkom množstve/objeme a využívať opakovane použiteľné obaly. Vďaka skúsenostiam z predaja hotových jedál konečným spotrebiteľom môžu podniky identifikovať množstvo surovín potrebných na varenie v ďalšom období. Je dôležité, aby sa tieto suroviny správne merali a nedochádzalo tak k zbytočnému plytvaniu potravinami. Potrebné je dávať obzvlášť dôraz na mliečne a netrvanlivé produkty.

Samozrejme existuje množstvo ekologických alternatív, ktoré umožňujú opätovné použitie nádob a obalov. Hlavne pri jedle so sebou je treba zväziť obaly, v ktorých bude jedlo a pitie poskytnuté a využiť napríklad obaly z bambusového papiera, dreva alebo cukrovej trstiny. Nie všetky plasty a iné obaly sa dajú odstrániť, preto je jedným z hlavných zásad recyklovanie. Podniky by mali naučiť svoj personál ako správne recyklovať a predísť tak kontaminovaniu separovaného odpadu.

Jedným z úspešným príkladom zo zahraničia je taliansky hotel, ktorý zaviedol systém malých porcií v bufetovom type stravovania. Ak si zákazník naberie na tanier také množstvo jedla, ktoré dokáže zjesť a nenechá žiadne jedlo navyše, dostane kupón, ktorý vie hotel následne premeniť na 10 gramov potravín, ktoré poskytne charite. V rôznych krajinách taktiež funguje aplikácia, ktorá umožňuje predať nadbytočné jedlo z rôznych podnikov zákazníkovi, ktorí si ho môžu kúpiť so zľavou. Takýmto spôsobom sa predchádza vzniku potravinového odpadu a zároveň podniky neplytvajú svojimi nákladmi na výrobu jedla. Slovenské podniky by sa mohli inšpirovať týmito príkladmi zo zahraničia a pomôcť tak nielen sebe, ale aj iným. Na Slovensku avšak tiež vidieť rôzne snahy zo strany podnikov cestovného ruchu. Jedným z nich je aj Cornus Café v Kvetoslavove, kde podporujú zákazníkov v nosení vlastných pohárov na kávu so sebou poskytnutou zľavou a v ostatných prípadoch používajú na kávu so sebou poháre z recyklovaného papiera, biodegradovateľné vrchnáky a okrem toho všetok odpad dôkladne separujú.

Na Slovensku máme projekty, ktoré sa zameriavajú na pomoc podnikom v zavádzaní cirkulárnej ekonomiky do ich prevádzok. Jedným z nich je projekt Circular Regions, ktorý prebiehal do marca 2022. Projekt sa okrem iných odvetví zameriaval aj na cestovný ruch. Podniky, ktoré sa zapojili, mali možnosť využiť nástroje a konzultácie na pomoc pri prechode na cirkulárnu ekonomiku. V rámci projektu vytvorili aj rôzne materiály s dôležitými zisteniami, ktoré si podniky môžu naštudovať. Okrem toho v rámci cestovného ruchu existuje projekt EU ECO-TANDEM Programme, ktorý je určený na tréning a vzdelávanie jednotlivcov a malých a stredných podnikov pôsobiacich v cestovnom ruchu. Cieľom je zvýšiť konkurencieschopnosť podnikov s dôrazom na udržateľnosť. Podniky vypracujú akčný plán na otázky udržateľnosti v cestovnom ruchu, za čo môžu získať grant.

## Záver

Hlavným cieľom bakalárskej práce bolo identifikovať postoj spotrebiteľa k podnikom cestovného ruchu uplatňujúcim princípy cirkulárnej ekonomiky. Konkrétne sme sa zamerali na ubytovacie a stravovacie zariadenia. Na dosiahnutie cieľa sme použili dotazník ako nástroj na zistenie postoja spotrebiteľov k tejto téme. Z prieskumu sme zistili, že spotrebiteľia sa zaujímajú o životné prostredie, o recykláciu a udržateľnosť produktov. Avšak cirkulárna ekonomika je kvôli nedostatočnej osвете pre mnohých z nich ešte neznámy pojem. Spotrebiteľia, podľa našich výsledkov, majú záujem o zavádzanie konkrétnych zmien súvisiacich s cirkulárnou ekonomikou do ubytovacích a stravovacích zariadení. Z tohto dôvodu vidíme priestor pre podniky, aby začali zavádzať zmeny, ktoré, okrem iného, zmierňujú vplyv ich činnosti na životné prostredie.

V teoretickej časti sme pre správne pochopenie problematiky uviedli rozdiel medzi lineárnou a cirkulárnou ekonomikou. Pre podniky môžu byť zaujímavé najmä benefity, ale aj prekážky zavádzania princípov cirkulárnej ekonomiky, ktoré sme v práci uviedli. Napriek tomu, že patrí cestovný ruch k veľkým producentom CO<sub>2</sub>, je v tejto oblasti veľmi pozadu. Môžeme to vidieť aj na reakciách našich respondentov, kde veľká väčšina nevyhľadáva ani nepozná ubytovacie a stravovacie zariadenia uplatňujúce princípy cirkulárnej ekonomiky na Slovensku. Pre lepšie pochopenie cirkulárnej ekonomiky sme uviedli aj hlavné podnikateľské modely, ktorými sa môžu inšpirovať podniky cestovného ruchu na Slovensku. Taktiež sme definovali spotrebiteľské správanie a faktory naňho vplývajúce. Spotrebiteľské správanie je kľúčové pre zavedenie zmien, a preto je dôležité pýtať sa na názor spotrebiteľov aj takouto formou ako je dotazník.

Spotrebiteľia majú záujem nakupovať zodpovednejšie, ale aj u nich je potrebné, aby mali lepšie možnosti na vzdelávanie, a aby sa o cirkulárnej ekonomike dozvedeli aj staršie vekové kategórie. Myslíme si, že efektívnou cestou by mohli byť práve médiá. Podnikom cestovného ruchu odporúčame, aby sa o téme cirkulárnej ekonomiky začali vzdelávať a následne efektívnym spôsobom mohli zavádzať jednotlivé zmeny do svojich prevádzok. Na Slovensku už máme niekoľko organizácií a projektov, ktoré pomáhajú práve podnikom cestovného ruchu pri prechode na cirkulárnu ekonomiku. Existuje niekoľko podnikov cestovného ruchu na Slovensku, ktoré postupne zavádzajú princípy cirkulárnej ekonomiky do svojich prevádzok. Avšak v zahraničí funguje mnoho iných úspešných biznis modelov, ktorými sa môžu naše podniky inšpirovať.

## Zoznam použitej literatúry

ACCENTURE. *Circular advantage: Innovative Business Models and Technologies to Create Value in a World without Limits to Growth* [elektronický zdroj]. 2014, 24 p.

AVESANI, Martha. Sustainability, sustainable development, and business sustainability. In *Life Cycle Sustainability Assessment for Decision -Making* [elektronický zdroj]. Elsevier, 2020, 21 - 28. ISBN 9780128183557. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818355-7.00002-6>

AZAM, Muhammad - ALAM Mahmudul – HAFEEZ, Muhammad Haroon. Effect of tourism on environmental pollution: Further evidence from Malaysia, Singapore and Thailand [elektronický zdroj]. In: *Journal of Cleaner Production*. Elsevier B.V. 20.7.2018, vol. 190, p. 330 – 338. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.168>

BECH, Nynne Marie et al. Evaluating the Environmental Performance of a Product/Service -System Business Model for Merino Wool Next -to -Skin Garments: The Case of Armadillo Merino [elektronický zdroj]. In: *Sustainability*. MDPI, 22.10.2019, vol. 10, no. 20., 21 p. Dostupné na: <https://doi.org/10.3390/su11205854>

BERG, Anukka et al. Circular Economy for Sustainable Development [elektronický zdroj]. In: *Reports of the Finnish Environment Institute*. Helsinky: Finnish Environment Institute, 19.10.2018, vol. 26, 24 p. ISBN 978-952-11-4970-2. [cit. 2022-01-20] Dostupné na: <http://hdl.handle.net/10138/251516>

BHATT, Ashish. Consumer Attitude towards Online Shopping in Selected Regions of Gujarat [elektronický zdroj]. In: *Journal of Marketing Management*. American Research Institute for Policy Development, 6.2014, vol. 2, no. 2, p. 29 – 56, ISSN: 2333-6099.

BRUNDTLAND, G. H. et al. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future* [elektronický zdroj]. Oxford: Oxford University Press, 1987, 300 p.

BUCHMANN-DUCK, Johanna - BEAZLEY Karen F. An urgent call for circular economy advocates to acknowledge its limitations in conserving biodiversity [elektronický zdroj]. In: *Science of the Total Environment*. Elsevier, 2020, vol. 727, 9 p. ISSN 0048-9697. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138602>

CIRCULAR REGIONS. *Mapovanie potenciálu cezhraničných regiónov v prechode na obehové hospodárstvo* [elektronický zdroj]. 2022. [cit. 2022-02-01] Dostupné na:

<https://www.npc.sk/sk/projekty/medzinarodne-projekty/circularregions/na-stiahnutie/>

CSEFÁLVAYOVÁ, Petra - MALEŠ, Ivana - ĽUPTÁKOVÁ, Martina. *Slovensko a cirkulárna ekonomika* [elektronický zdroj]. Bratislava: Inštitút cirkulárnej ekonomiky, 04.2017. [cit. 2022-01-15] Dostupné na: <https://www.incienc.sk/publikacie-incienc/brozura-o-cirkularnej-ekonomike-na-slovensku-v-roku-2016/>

DIXIT, Saurabh, Kumar – LEE, Kuan-Huei – LOO, Poh Theng. Consumer behavior in hospitality and tourism [elektronický zdroj]. In: *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. Routledge, 15.3.2019, vol. 29, no. 2, p. 151-161. ISSN 2163-9167. Dostupné na: <https://doi.org/10.1080/21639159.2019.1577159>

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. *Towards the circular economy* [elektronický zdroj]. 2012, vol.1, 99p.

ESPOSITO, Mark - TSE Terence - SOUFANI Khaled. Introducing a Circular Economy: New Thinking with New Managerial and Policy Implications [elektronický zdroj]. In: *California Management Review*. SAGE Publishing, 13.3.2018, vol. 60, no. 3, p. 5 -18. Dostupné na: <https://doi.org/10.1177/0008125618764691>

EURÓPSKA KOMISIA. *Kruh sa uzatvára – Akčný plán EÚ pre obehové hospodárstvo* [elektronický zdroj]. Brusel: 12.2.2015, 23 s. [cit. 2022-01-19]

EURÓPSKA KOMISIA. *Nový akčný plán obehového hospodárstva: Pre čistejšiu a konkurencieschopnejšiu Európu* [elektronický zdroj]. Brusel: 11.3.2020, 21 s. [cit. 2022-01-19] Dostupné na:

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX %3A52020DC0098](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0098)

GAJJAR, Nilesh B. Factors Affecting Consumer Behavior [elektronický zdroj]. In: *Online International, Reviewed & Indexed Monthly Journal*. RAIJMR, 4.2013, vol. 1, no. 2.

HAN, Junghee - HESHMATI, Almas - RASHIDGHALAM, Masoomah. Circular Economy Business Models with a Focus on Servitization [elektronický zdroj]. In: *Sustainability*. MDPI, 23.10.2020, vol. 12, no. 20, 17 p. Dostupné na:

<https://doi.org/10.3390/su12218799>

HOSAINI, Ahmad - ROJHE, Kuldeep Chand. Review Paper on Factors Influencing Consumer Behavior [elektronický zdroj]. In: *TEST*. The Mattingley Publishing Co., Inc, 18.5.2020, vol. 83, p. 7059 – 7066. ISSN 0193-4120.

JISANA, T. K. Consumer behaviour models: An overview [elektronický zdroj]. In: *A Peer Reviewed National Journal*. Sai Om Publications, 5.2014, vo. 1, no. 5. ISSN-2347-7563.

JØRGENSEN, Sveinung - PEDERSEN, Lars Jacob Tynes. The Circular Rather than the Linear Economy [elektronický zdroj]. In: *RESTART Sustainable Business Model Innovation*. Springer International Publishing, 2018, 103-120. ISBN: 978-3-319-91971-3. Dostupné na: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-91971-3\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-319-91971-3_8)

JURKOVIČ, Miroslav. Cirkulárna ekonomika z pohľadu teórie a praxe [elektronický zdroj]. In: *Vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave*. Bratislava: Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, 9.2020, roč. 13, č. 45, s. 190 - 199. ISSN 1339-3081. [cit. 2022-01-15] Dostupné na: [https://scb.euba.sk/archiv\\_scb/scb0320\\_vfinal.pdf#page=4](https://scb.euba.sk/archiv_scb/scb0320_vfinal.pdf#page=4)

KAIMAL, Manju M. - SAJOY, P.B.. Circular economy: A paradigm shift for sustainable development. In *Perspectives on Business Management & Economics* [elektronický zdroj]. India. Archers & Elevators Publishing House, 6.2021, vol. 1, 132 - 141. ISBN: 978-81-946245-3-0

KEPLINGER, Siegfried. *Podnikateľské modely založené na cirkulárnej ekonomike* [elektronický zdroj]. 24.4.2018. [cit. 2022-01-24] Dostupné na: [www.interreg-danube.eu/moveco](http://www.interreg-danube.eu/moveco)

KLASIFIKÁCIA EKONOMICKÝCH ČINNOSTÍ SK-NACE [elektronický zdroj]. 2022. [cit. 2022-02-12] Dostupné na: <http://www.nace.sk/nace/n-sekcia-n-administrativne-a-podporne-sluzby/>

KORHONEN, Jouni - HONKASALO, Antero - SEPPÄLÄ, Jyri. Circular Economy: The Concept and its Limitations [elektronický zdroj]. In: *Ecological Economics*. Elsevier B.V., 2018, vol. 143, p. 37 - 46. ISSN 0921 -8009. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.06.041>

KUMAR, Vikas. Circular economy in the manufacturing sector: benefits, opportunities and barriers [elektronický zdroj]. In: *Management decision*. Emerald Publishing Limited, 2019, vol. 57, no. 4, p. 1067 - 1086. ISSN 0025 -1747. Dostupné na: <https://doi.org/10.1108/MD-09-2018-1070>

KUŠČER, Kir – MIHALIČ, Tanja. Residents' Attitudes towards Overtourism from the Perspective of Tourism Impacts and Cooperation—The Case of Ljubljana [elektronický zdroj]. In: *Sustainability*. MDPI, 26.3.2019, vol. 11, no. 6, 16 p. Dostupné na: <https://doi.org/10.3390/su11061823>

LEYVA, Eddy Soria – PARRA, Dayana Parra. Environmental approach in the hotel industry: Riding the wave of change [elektronický zdroj]. In: *Sustainable Futures*. Elsevier B.V., 2021, vol. 3. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2021.100050>

MAYNARD, Dayanne da Costa et al. Sustainability Indicators in Restaurants: The Development of a Checklist. In: *Sustainability*. MDPI, 15.5.2020, vol. 12, no. 10. Dostupné na: <https://doi.org/10.3390/su12104076>

MHATRE, Purva et al. Circular economy in built environment – Literature review and theory development [elektronický zdroj]. In: *Journal of Building Engineering*. Elsevier B.V., 2021, vol. 35, 15 p. ISSN 2352-7102. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.jobe.2020.101995>

MUNIADY, Rajennd. Factors Influencing Consumer Behavior: A Study among University Students in Malaysia [elektronický zdroj]. In: *Asian Social Science*. Canadian Center of Science and Education, 29.4.2014, vol. 10, no. 9, 8 p. ISSN 1911-2017. Dostupné na: <http://dx.doi.org/10.5539/ass.v10n9p18>

NAJVYŠŠÍ KONTROLNÝ ÚRAD SR. *Správa o výsledku kontroly 2020: Efektívnosť a účinnosť procesov v organizáciách riadenia a kontroly skládok a skládkovania odpadov* [elektronický zdroj]. Bratislava, 23.3.2021. 10 s. [cit. 2022-01-14] Dostupné na: <https://www.nku.gov.sk/documents/10157/1407476/Spr%C3%A1va+o+v%C3%BDsledku+kontroly+Sk%C3%A1dky+odpadov.pdf/f301ae14-6c7d-4383-b118-875e5cf0cf98>

NOVACKÁ, Ľudmila a kol. *Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. 3. vydanie. Bratislava: Vydavateľstvo ekonóm, 2014, 476 s., ISBN 978-80-225-3948-7.

ORMAZABAL, Marta et al. Circular Economy in Spanish SMEs: Challenges and opportunities [elektronický zdroj]. In: *Journal of cleaner production*. Elsevier B.V., 1.6.2018, vol. 185, p. 157 - 167. ISSN 0959-6526. Dostupné na:  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.031>

PRČÍK, Martin - HAUPTVOGL, Martin - KOTRLA Marián. *Udržateľný rozvoj: Aktuálny prehľad a vybrané problémy* [elektronický zdroj]. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2019. 131 s. ISBN 978-80-552-2057-4.

QAZZAFI, Sheikh. Factor Affecting Consumer Buying Behavior: A Conceptual Study [elektronický zdroj]. In: *IJSRD*. 2020, vol. 8, no. 2, p. 1205 – 1208, ISSN: 2321-0613.

RAMKUMAR, Shyaam et al., *Linear risks* [elektronický zdroj]. 5.2018. [cit. 2022-01-14]  
Dostupné na: <https://www.circle-economy.com/resources/linear-risks-how-business-as-usual-is-a-threat-to-companies-and-investors>

RICHTEROVÁ, Kornélia a kol. *Spotrebiteľské správanie*. Bratislava: SPRINT 2 s.r.o., 2015, 404 s. ISBN 978-80-89710-18-8.

RITZÉN, Sofia - SANDSTRÖM, Gunilla Ölundh. Barriers to the Circular Economy – integration of perspectives and domains [elektronický zdroj]. In: *Procedia CIRP*. Elsevier B.V., 2017, vol. 64, p. 7 - 12. ISSN 2212-8271. Dostupné na:  
<https://doi.org/10.1016/j.procir.2017.03.005>

RIZOS, Vasileios et al. Implementation of Circular Economy Business Models by Small and Medium -Sized Enterprises (SMEs): Barriers and Enablers [elektronický zdroj]. In: *Sustainability*. MDPI, 23.11.2016, vol. 8, no. 11. [cit. 2022-01-23] Dostupné na:  
<https://www.mdpi.com/2071-1050/8/11/1212>

SIRIATLI, Furkan. Linear Economy Versus Circular Economy: A Comparative and Analyzer Study for Optimization of Economy for Sustainability [elektronický zdroj]. In *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*. 24.1.2017, vol. 6, no.1, 31 - 34.

SLOVAK BUSINESS AGENCY. *Postavenie MSP v cestovnom ruchu s ohľadom na súčasný vývoj v odvetví* [elektronický zdroj]. Bratislava: SBA, 2020, 90 s. [cit. 2022-02-17]  
Dostupné na:  
<http://www.sbagency.sk/analyzy-slovenskeho-podnikatelskeho-prostredia#.YkcMiihBxPY>

SLOVENSKÁ AGENTÚRA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA. *Obehové hospodárstvo: Budúcnosť rozvoja Slovenska* [elektronický zdroj]. Ministerstvo životného prostredia Slovenskej republiky, Slovenská agentúra životného prostredia, 2.2019, 107 s. ISBN: 978-80-8213-001-3. [cit. 2022-02-12] Dostupné na:

<https://www.enviroportal.sk/clanok/obehove-hospodarstvo-buducnost-rozvoja-slovenska>

SOLOMON, Michael et al. *Consumer Behaviour: A European Perspective* [elektronický zdroj]. Third edition. Pearson Education Limited, 2006. ISBN-13: 978-0273-68752-2.

ŠSTATISTICKÝ ÚRAD SR [elektronický zdroj]. 2019. [cit. 2022-02-10] Dostupné na:

[http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD\\_SLOVSTAT/pr2034rs/v\\_pr2034rs\\_00\\_00\\_00\\_sk](http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SLOVSTAT/pr2034rs/v_pr2034rs_00_00_00_sk)

STÁVKOVÁ, Jana – STEJSKAL, Ladislav – TOUFAROVÁ, Zuzana. Factors influencing consumer behaviour [elektronický zdroj]. In: *Agricultural Economics*. 2008, vol. 54, no. 6, p. 276 – 284. [cit. 2022-02-15] Dostupné na:

<https://www.agriculturejournals.cz/web/agricecon.htm?volume=54&firstPage=276&type=publishedArticle>

TRENBERTH, Kevin E. Climate change caused by human activities is happening and it already has major consequences. In *Journal of Energy & Natural Resources Law* [elektronický zdroj]. 1.1.2018, vol. 36, no. 4, 463 – 481. ISSN: 237 -4538. Dostupné na:

<https://doi.org/10.1080/02646811.2018.1450895>

UNWTO. *The economic contribution of tourism and the impact of COVID-19* [elektronický zdroj]. Madrid: UNWTO, 2021, 34 p. ISBN: 978-92-844-2320-0. Dostupné na: <https://doi.org/10.18111/9789284423200>

URBINATI - Andrea, LATILLA, Vito Manfredi, CHIARONI, Davide. *The Role of Product Design in Circular Economy Business Model* [elektronický zdroj]. 6.2018, 19 p.

## **Prílohy**

### **Príloha č. 1 – Vzor dotazníka**