

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**

**Obchodná fakulta**

**Evidenčné číslo: 102004/B/2022/36124048426273796**

**APLIKOVANIE PRINCÍPOV UDRŽATEĽNOSTI V  
PRAXI PODNIKOV CESTOVNÉHO RUCHU**

**Bakalárska práca**

**2022**

**Kamila Bačková**

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**

**Obchodná fakulta**

**APLIKOVANIE PRINCÍPOV UDRŽATEĽNOSTI V  
PRAXI PODNIKOV CESTOVNÉHO RUCHU**

**Bakalárska práca**

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

**Študijný odbor:** ekonómia a manažment

**Školiace pracovisko:** Katedra cestovného ruchu

**Vedúci záverečnej práce:** Doc. RNDr. Pavol Plesník, PhD.

**Bratislava 2022**

**Kamila Bačkovská**



# ČESTNÉ VYHLÁSENIE O VYDANÍ ZÁVEREČNEJ PRÁCE

Titul, meno a priezvisko: Kamila Bačková  
Dátum a miesto narodenia: 16. 09. 1999 v Prešove  
Adresa trvalého pobytu: Malý Slivník 6, 082 67 Terňa  
Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave  
Fakulta: Obchodná fakulta

Týmto čestne vyhlasujem, že záverečná bakalárska práca s názvom „Aplikovanie princípov udržateľnosti v praxi podnikov cestovného ruchu“, ktorej som autorom, bola pred zaslaním do centrálného registra záverečných, rigorózných a habilitačných prác publikovaná v celom rozsahu.

V ..... dňa .....

.....

autor

## **Pod'akovanie**

Ďakujem pánovi školiteľovi Doc. RNDr. Pavlovi Plesníkovi, PhD. za odbornú pomoc, cenné rady a ľudský prístup pri písaní záverečnej bakalárskej práce.

**Dátum:**

.....

Kamila Bačkovská

## **Abstrakt**

BAČKOVSKÁ, Kamila: *Aplikovanie princípov udržateľnosti v praxi podnikov cestovného ruchu*. - Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra cestovného ruchu. – Vedúci záverečnej práce: Doc. RNDr. Pavol Plesník, PhD. – Bratislava: OF, 2022, 72 s.

Záverečná bakalárska práca je vypracovaná na tému Aplikovanie princípov udržateľnosti v praxi podnikov cestovného ruchu. Cieľom záverečnej práce bolo aplikovanie environmentálnej certifikácie udržateľnosti Green Globe pre vybraný podnik cestovného ruchu a následne poskytnúť vybranému podniku námety, ako vytvárať podmienky pre budúci rozvoj cestovného ruchu udržateľným spôsobom tak, aby prinášal úžitok návštevníkom, poskytovateľom služieb, rezidentom a celému regiónu cestovného ruchu. Práca je rozdelená do 5 kapitol. Obsahuje 8 obrázkov. V prvej kapitole sa práca zaoberá zhodnotením súčasného stavu problematiky, posudzuje historický vývoj udržateľného rozvoja, kde skúma princípy udržateľnosti a definuje základné pojmy problematiky. Ďalšia časť rozoberá environmentálnu certifikáciu udržateľnosti služieb cestovného ruchu, pričom podrobne špecifikuje formálne aj neformálne environmentálne manažérske systémy. V nasledujúcich kapitolách sa popisuje cieľ práce, metodika a metódy skúmania, ktoré boli použité a následne priblíži výsledky práce spojené s diskusiou. Výsledkom riešenia danej problematiky sú návrhy zlepšenia udržateľného správania osloveného podniku cestovného ruchu.

### **Kľúčové slová:**

cestovný ruchu, podniky cestovného ruchu, produkty cestovného ruchu, životné prostredie, udržateľnosť, piliere udržateľnosti, environmentálna certifikácia udržateľnosti, Green Globe

## **Abstract**

BAČKOVSKÁ, Kamila: Application of sustainability principles in the practice of tourism companies. - University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Tourism. – Supervisor of the final bachelor thesis: Doc. RNDr. Pavol Plesník, PhD. - Bratislava: OF, 2022, 72 pp.

The final bachelor's work is developed on the topic of applying the principles of sustainability in the practice of tourism businesses. The aim of the final work was to apply the Green Globe environmental sustainability certification for the selected tourism company and then provide the selected company with ideas on how to create conditions for future tourism development in a sustainable way to benefit visitors, service providers, residents and the entire tourism region. The work is divided into 5 chapters. Contains 8 images. In the first chapter, the work evaluates the current state of the issue, assesses the historical development of sustainable development, where it examines the principles of sustainability and defines the basic concepts of the issue. In the following sections, it discusses the environmental certification of the sustainability of tourism services, specifying in detail both formal and informal environmental management systems. In the following chapters, it describes the aim of the work, the methodology and research methods that were used and then presents the results of the work associated with the discussion. The result of solving the problem are proposals to improve sustainable behavior addressing the tourism company.

### **Key words:**

tourism, tourism enterprises, tourism products, environment, sustainability, sustainability pillars, environmental sustainability certification, Green Globe

# Obsah

Zoznam ilustrácií .....	8
Úvod.....	9
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí .....	11
1.1 Cestovný ruch .....	12
1.2 Podniky cestovného ruchu .....	14
1.3 Produkty cestovného ruchu.....	14
1.4 Životné prostredie .....	15
1.4.1 Medzinárodné dokumenty o ochrane životného prostredia a udržateľnosti .....	16
1.5 Udržateľný cestovný ruch.....	17
1.6 Piliere udržateľnosti.....	19
2 Environmentálna certifikácia udržateľnosti služieb cestovného ruchu .....	26
2.1 Certifikácia systému environmentálneho manažérstva podľa normy ISO 14001 .....	29
2.2 Schéma pre environmentálne manažérstvo a audit - EMAS .....	30
2.3 Európska environmentálna značka pre turistické ubytovacie zariadenia Ecolabel .....	31
2.4 The Green Key – „Zelený kľúč“ .....	32
2.5 The Green Globe.....	34
3 Cieľ práce.....	36
4 Metodika práce a metódy skúmania .....	37
5 Výsledky práce a diskusia.....	38
5.1 Aplikovanie princípov udržateľnosti v podniku cestovného ruchu .....	38
5.1.1 Oboznámenie podniku cestovného ruchu s Green Globe certifikáciou.....	40
5.2 Návrhy udržateľnejšieho správania podniku cestovného ruchu .....	61
Záver .....	65
Zoznam použitej literatúry.....	67

## **Zoznam ilustrácií**

Obrázok č. 1: Schéma Planet – People - Profit podľa Hawkinsa .....	20
Obrázok č. 2: Piliere udržateľného rozvoja cestovného ruchu .....	21
Obrázok č. 3: Environmentálne manažérske systémy .....	27
Obrázok č. 4: ISO Norma 14001 .....	29
Obrázok č. 5: Certifikát EMAS .....	30
Obrázok č. 6: Certifikát Ecolabel .....	31
Obrázok č. 7: Certifikát The Green Key .....	32
Obrázok č. 8: Certifikát The Green Globe.....	34

# Úvod

Cestovný ruch predstavuje súhrn aktivít v určitom prostredí, v podmienkach silnej konkurencie na medzinárodnej, národnej a lokálnej úrovni. Je dôležitým odvetvím každej ekonomiky. Podporuje hospodársky rast, vplýva na tvorbu ekonomickej pridanej hodnoty poskytovateľov služieb, tvorbu pracovných miest a stabilitu zamestnanosti i v lokalitách, kde iné ekonomické činnosti nie sú zastúpené v dostatočnom rozsahu. Cestovný ruch je prostriedkom regionálneho rozvoja a rozvoja podnikania. Nazerá sa naň ako na jednu z možností riešenia problémov obcí, miest, lokalít a regiónov. Subjekty, ktoré vstupujú do systému cestovného ruchu vychádzajú z požiadaviek ekonomickej, spoločenskej, environmentálnej, kultúrnej i technologickej udržateľnosti na strane ponuky a na strane dopytu sa snažia uspokojiť potreby účastníkov cestovného ruchu počas ich cestovania bez rozdielu, či ide o dovolenkový alebo korporátny cestovný ruch.

V sektore cestovného ruchu prevažujú služby, ktoré sú miestne aj časovo viazané, nie je možné ich premiestňovať, ani skladovať. Produkcia a spotreba služieb tvoria jednotu. Tieto služby poskytujú podniky cestovného ruchu, ktoré sú základnými prvkami celého systému. Služby sú zamerané na uspokojovanie konečných potrieb spotrebiteľov. Spotrebiteľia - zákazníci môžu oceniť kvalitu služieb a ich užitočnosť až pri poskytovaní a spotrebe alebo po nej. K najväčším výzvam však patrí posilňovanie a zlepšovanie udržateľného rozvoja cestovného ruchu v záujme zabezpečenia dlhodobej konkurencieschopnosti tohto odvetvia. V porovnaní s inými sektormi je cestovný ruch najvýznamnejším článkom, kedy diskusia o otázkach udržateľnosti pritiahla najväčšiu pozornosť.

Spotrebúvanie prírodných zdrojov a znečisťovanie ovplyvňuje dlhodobú prosperitu a sociálny blahobyt od regionálnej až po globálnu úroveň. Expanzia turistov do prírodných oblastí sa negatívne prejavuje na všetkých zložkách prírodného prostredia. Snaha o ekonomickú prosperitu s dôsledkami na vyčerpanie a znehodnocovanie zdrojov dáva podnet k vzniku diskusie o otázkach trvalej udržateľnosti. Aktivity zamerané na trvalo udržateľný rozvoj sa vo svete rozvinuli v roku 1992 po prijatí Agendy 21. Udržateľným manažmentom cestovného ruchu sa subjekty usilujú odovzdať poznanie, že je potrebné si uvedomovať možnosti a kapacity zdrojov cestovného ruchu a podporovať rozvoj takého cestovného ruchu, v ktorom optimalizácia bezprostredných hospodárskych,

environmentálnych a sociálno-kultúrnych prínosov je v rovnováhe so zabezpečením dlhodobej budúcnosti daného odvetvia.

Koncepcia trvalo udržateľného rozvoja sa spočiatku chápala hlavne v zmysle zachovania kvalitného životného prostredia, v súčasnosti sa stáva novým východiskom pre riešenie nepriaznivých dôsledkov globálnych trendov vývoja spoločnosti a ich negatívnych dopadov. Pre ľudstvo je dôležité, aby pochopilo a osvojilo si túto problematiku ako celkový sociálny a kultúrny rozvoj, ekonomickú prosperitu v harmonickom vzťahu s prírodou a životným prostredím.

V poslednej dobe sa stala veľmi aktuálnou environmentálna certifikácia systémov, služieb a produktov v oblasti cestovného ruchu ako nástroja na dosiahnutie jeho udržateľnosti. Mnohé podniky, ktoré poskytujú služby v cestovnom ruchu, považujú certifikáciu za súčasť a podmienku pre vytvorenie dobrého mena podniku vo vzťahu k spotrebiteľom a spolupracujúcim organizáciám v období veľmi silnej konkurencie na trhu. Aj napriek tomu, že súčasná ekonomická situácia v segmente cestovnom ruchu, ktorá vyplýva z krízy pandémie COVID-19, postavila otázky udržateľnosti na určitý čas bokom.

# 1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Ľudia sa už od nepamäti snažili zlepšovať svoje životné podmienky a nasýtiť nielen základné potreby, ale aj svoje vyššie potreby. Môžeme povedať, že základnou podmienkou existencie každého človeka je uspokojovanie potrieb, pričom ľudská potreba je vlastne pocit nedostatku, ktorý sa človek usiluje uspokojiť. V bežnom živote má každý človek množstvo rôznych potrieb – každodenných alebo občasných, tieto potreby sa vyvíjajú, menia, niektoré zanikajú, iné, nové, vznikajú. Uspokojovanie prvých je podmienkou existencie človeka a druhé vyplývajú z určitého životného štýlu a spoločenského postavenia človeka (Lisý, 2011).

Kvalitatívny posun je odrazom ustavičného rozširovania objemu výroby sprevádzaného prudkým zhoršovaním stavu jednotlivých zložiek životného prostredia, a to až do takej miery, že je ohrozená ľudská civilizácia. Spoločnosť si postupom času začala uvedomovať nekontrolovateľné zvraty v prírodnom prostredí, ktoré majú za následok negatívne vplyvy ako znečisťovanie ovzdušia, vody, krajiny, nadmernej produkcie odpadu a v neposlednom rade zmenu klímy. Trvalo udržateľný rozvoj sa zaoberá ochranou a zachovaním prírodného prostredia planéty a podpory sociálnej spravodlivosti na stupni ekonomickej rovnosti medzi národmi (Lisý, 2011). Pre budúce generácie je potrebné udržateľné jednanie, pretože to zachováva zdroje v pôvodnom alebo lepšom stave. Konceptia trvalo udržateľného rozvoja bola spočiatku chápaná v zmysle zachovania kvalitného životného prostredia, no v súčasnosti sa stáva jedným z popredných princípov rozvoja ľudskej spoločnosti a prejavuje sa ako nové východiskové riešenie nepriaznivých dôsledkov globálnych trendov vývoja spoločnosti a ich negatívnych dopadov (Tušan, Bilá, 2006).

Udržateľnosť je pravdepodobne najdôležitejšou otázkou súčasnosti, ktorej čelí aj turistický priemysel v 21. storočí v dôsledku rýchleho rastu globálneho cestovného ruchu. V komunite cestovného ruchu je dobre známe, že máme obmedzené zdroje na Zemi, ktoré musia byť zachované a chránené, aby budúci rast cestovného ruchu bol vysoko kvalitný a udržateľný aj pre budúce generácie (Edgell, 2019). Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO) definuje trvalo udržateľný cestovný ruch ako „turizmus, ktorý plne zohľadňuje

svoje súčasné a budúce ekonomické, sociálne a environmentálne vplyvy a rieši potreby návštevníkov, priemyslu, životného prostredia a hostiteľských komunít“. Hotelový priemysel je jedným z popredných hráčov v sektore cestovného ruchu. Avšak hotelové aktivity, okrem ich vedúcej úlohy v rozvoji cestovného ruchu a pozitívneho vplyvu ako je tvorba pracovných miest, majú aj nepriaznivý vplyv, predovšetkým na životné prostredie. To je spojené s vysokou spotrebou vodných zdrojov, energie, emisií a tvorby odpadu (Cembruch - Nowakowski, 2020).

Na trhu cestovného ruchu pôsobia rôzne podniky cestovného ruchu ako výrobcovia tovaru a poskytovatelia služieb. Tieto inštitúcie uspokojujú potreby konečných spotrebiteľov a produkujú komplexný súbor zážitkov. Hodnotu, ako kombináciu kvality, služieb a ceny, odrážajú hmotné a nehmotné výhody pre návštevníkov. Produkt cestovného ruchu tvorí zoskupenie služieb, ktoré vyrába a ponúka cieľové miesto, podniky a inštitúcie cestovného ruchu.

Podmienky rozvoja cestovného ruchu sa vplyvom pandémie COVID-19 radikálne narušili globálne aj národne. Došlo k poklesu dopytu po službách. Pandémia zmenila spotrebiteľské správanie. Spotrebiteľia sa presunuli do online prostredia. Táto globálna kríza, v ktorej sa v mnohých častiach sveta zastavilo cestovanie, cestovný ruch, pohostinnosť a udalosti, poskytuje príležitosť odhaliť možnosti v tomto historickom transformačnom okamihu. Pandemická kríza COVID-19 môže ponúknuť vzácnu a neoceniteľnú príležitosť na prehodnotenie a obnovu cestovného ruchu smerom k lepšej ceste do budúcnosti (Hvizdová, 2020). Cestovný ruch vo svete aj doma čaká niekoľko rokov boj o prežitie. Dúfame, že podniky cestovného ruchu dokážu opäť prilákať návštevníkov novými produktmi typu eko, bio, enviro, ecofriendly, o ktoré je dnes čoraz väčší záujem.

## **1.1 Cestovný ruch**

Medzi sekundárne potreby človeka, ktoré sa nachádzajú na vrchole hierarchie potrieb podľa Maslowa, môžeme zaradiť duchovné potreby (sebatranscendencia). Aktuálnosť a dôležitosť jednotlivých potrieb sa môže meniť na základe individuálnych požiadaviek a okolností, v ktorých sa jednotlivec nachádza. Sem môžeme zaradiť potrebu cestovania, poznávania krajín blízkych i vzdialených, chcieť zažiť niečo nové, zabaviť sa, vyskúšať nové produkty a služby. Cestovanie znamená výrazné obohatenie života človeka. Cestovný

ruch a cestovanie môžu pomôcť ľuďom k dosiahnutiu zdravého a aktívneho života v harmónii s prírodou, môžu prispieť k zachovaniu, ochrane a regenerácii ekosystémov na Zemi.

Pojem *cestovný ruch* môžeme teoreticky vymedziť ako „*súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta ich trvalého bydliska zvyčajne vo voľnom čase. Cieľom pre tých, ktorí sa venujú týmto činnostiam, je získanie komplexného zážitku. Je ním odpočinok, poznávanie, zdravie, rozptýlenie a zábava, kultúrne a športové vyžitie*“ (Gúčik, 2006).

Cestovný ruch je charakteristický sezónnosťou (leto, zima, more, hory), to súvisí predovšetkým s voľbou optimálneho obdobia pre dovolenku vzhľadom na počasie, zvyklosťami v danej krajine, vyhlásením celofiremnej dovolenky, či školských prázdnin (Zelenka, 2010). Charakterom cestovného ruchu je združovanie rôznych odvetví do jedného celku, kým sa väčšina iných odvetví zaoberá relatívne úzkym segmentom, cestovný ruch spája takmer všetky aspekty našej spoločnosti. Zahrňuje teda viaceré problémy, ktoré možno riešiť len spoluprácou subjektov (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011). Cestovný ruch má podľa Svetovej organizácie cestovného ruchu (UNWTO) nielen ekonomický význam, ale taktiež vplýva na sociálny rozmach a je dôležitým aspektom pre podporu medzinárodného porozumenia, prosperity a svetového mieru a je ťažiskom individuálneho a kolektívneho uspokojenia a zdrojom vzájomnej tolerancie.

V druhej polovici 20. storočia si štáty uvedomili význam cestovného ruchu pre hospodárstvo a spoločnosť a snažili sa z jeho rozvoja získať čo najviac. Na podporu podnikania v cestovnom ruchu vytvárali legislatívne, ekonomické a ďalšie predpoklady, aby podporili jednak rozvoj ponuky a jednak dopyt po cestovnom ruchu, ktorý umožní optimálne využívanie kapacít zariadení a ich služieb, prírodných a antropogénnych zdrojov pri rešpektovaní kritérií trvalo udržateľného rozvoja (Gúčik, 2020).

Naopak nevhodne naplánovaný cestovný ruch, ak neberie do úvahy environmentálne, sociálne a kultúrne aktivity, prináša mnoho nežiaducich problémov, ktoré môžu veľmi rýchlym teplom narušiť prírodné a kultúrnohistorické prostredie a tým zamedziť následný rozvoj cieľových miest cestovného ruchu (Goeldner, Ritchie, 2014). Keďže cestovný ruch je najväčším svetovým odvetvím, obavy o zachovanie a riadenie prírodného a vybudovaného prostredia a obavy z klimatických zmien a globálneho otepľovania sa stali najdôležitejšími strategickými cieľmi pre budúci rast a rozvoj cestovného ruchu (Edgell, 2019).

## 1.2 Podniky cestovného ruchu

*Základnými prvkami systému cestovného ruchu sú podniky cestovného ruchu. Tie tvoria významnú časť hospodárstva štátu, sprostredkujú a poskytujú služby, sú tvorcami hodnôt a prispievateľmi na tvorbe HDP. Sú usporiadané do systému prvkov a vzťahov a sú základným predpokladom existencie a rozvoja trhovej ekonomiky. Prvky podnikového systému sú materiálne, finančné, ľudské zdroje a informácie, ktoré tvoria výrobné faktory podniku. Charakteristikou podniku cestovného ruchu je kombinácia výrobných faktorov, kedy ich počet a štruktúra závisí od objemu a štruktúry výroby a poskytovaných služieb.*

*Podnik cestovného ruchu môžeme vymedziť aj ako podnikateľský subjekt, výrobcu tovaru a poskytovateľa služieb, ktorými uspokojuje potreby konečných spotrebiteľov, svoju podnikateľskú aktivitu uskutočňuje samostatne a na vlastný účet, pričom na seba preberá príslušné hospodárske riziká. Podniky cestovného ruchu sú sociálnymi systémami, pretože v každom podniku cestovného ruchu pôsobí v rámci organizačnej štruktúry ľudský činiteľ. Ľudia zamestnaní v podniku cestovného ruchu majú súčasne vzťahy so zákazníkmi (návštevníkmi), ale aj s inými ľuďmi v rámci sociálnych systémov, ktoré nadobúdajú mimo podnikov cestovného ruchu (Kučerová, Strašík, Šebová, 2010).*

## 1.3 Produkty cestovného ruchu

Podniky cestovného ruchu v rámci svojej podnikateľskej činnosti poskytujú svojim odberateľom (zákazníkom, klientom) produkty cestovného ruchu. Pod pojmom *produkt cestovného ruchu* si môžeme predstaviť všetko to, čo sa ponúka na trhu cestovného ruchu a disponuje schopnosťou uspokojovať potreby návštevníkov a produkuje tak komplexný súbor zážitkov. Je vytváraný zákazníkom, ktorý si sám zostavuje balík služieb pre ktorý je charakteristické vzájomná podmienenosť a doplnkovosť. Zákazník si produkt skladá zvyčajne kombináciou rôznych služieb s ohľadom na nemateriálny charakter. V prípade záujmu potenciálneho zákazníka nie je možné služby vopred vyskúšať. Z tohto dôvodu, pri ich ponuke, majú dôležitú úlohu poskytnuté informácie zo strany ponúkajúcej inštitúcie. Pre dodávateľa (poskytovateľa) je dôležité rozpoznať podstatu zákazníkových potrieb, ktoré má daný produkt uspokojiť a následne navrhnúť produkt, ktorý bude v súlade aj s jeho cenovou hranicou pre splnenie zákazníkových potrieb (Zelenka, 2010).

*Spotrebitelia cestovného ruchu v súčasnosti požadujú vyššiu kvalitu svojich produktov, väčšiu rozmanitosť, lákajú ich dospelá nenavštvienené destinácie, hľadajú vyššiu flexibilitu.* Čoraz viac turistov vyjadruje túžbu po produktoch cestovného ruchu, ktoré zahŕňajú kultúrne dedičstvo späté s históriou, z tohto dôvodu miestni lídri cestovného ruchu zameriavajú svoju pozornosť na podporu a rozvíjanie udržateľnosti založenej na zachovaní zdrojov, od ktorých závisí celkový úspech cestovného ruchu (Edgell, 2019). Je potrebné rozvíjať cestovný ruch udržateľným spôsobom, aby sa zabezpečilo uspokojovanie potrieb nielen súčasných návštevníkov v cestovnom ruchu a rezidentov, ale aj ochranu a zachovanie príležitostí pre budúce generácie (Gúčik, 2006).

## **1.4 Životné prostredie**

Dopyt po ochrane životného prostredia sa začal prebúdať v polovici 20. storočia, kedy sa prvýkrát začali ozývať varovania o prudkom zhoršovaní sa situácie z hľadiska rastu ľudskej populácie a životného prostredia. Koncepcia starostlivosti o životné prostredie rezonuje na domácej aj globálnej úrovni. Jej cieľom je zachovať alebo zlepšiť kvalitu životného prostredia s ohľadom na všetky organizmy vrátane človeka, pri dodržiavaní zásad udržateľného rozvoja, pričom ide o taký rozvoj, pri ktorom každá súčasná generácia bude uspokojovať svoje potreby tak, aby pri tom neohrozila možnosti budúcich generácií uspokojovať vlastné potreby (Zelenka, Štejfá, 2000).

Cestovný ruch vplýva na viaceré zložky životného prostredia. V miestach vysokej koncentrácie turistov dochádza k znečisťovaniu vody, pôdy, ovzdušia, zvyšuje sa hlučnosť, pri výstavbe turistických rezortov sa často zabúda na dopady na životné prostredie, preto je snahou minimalizovať negatívne spoločenské, kultúrne a environmentálne dopady (Bednárová, 2012). Je potrebné si uvedomovať možnosti a kapacity zdrojov cestovného ruchu a podporovať rozvoj takého cestovného ruchu, v ktorom optimalizácia bezprostredných hospodárskych, environmentálnych a sociálno-kultúrnych prínosov je v rovnováhe so zabezpečením dlhodobej budúcnosti odvetvia cestovného ruchu. Súčasná živelnosť cestovného ruchu vedie k postupnej ekologickej devastácii. Devastáciu spôsobuje predovšetkým neprimeraná kvantita a rýchly globálny rast, kedy hlavnou nutnosťou je uvedomenie si, že pokiaľ nebude zabezpečená podpora udržateľnosti rozvoja cestovného ruchu, nebude možné zmeniť doterajší neudržateľný vývoj (Pancová, 2008).

### *1.4.1 Medzinárodné dokumenty o ochrane životného prostredia a udržateľnosti*

Prvou medzinárodnou politickou konferenciou, ktorá sa zamerala na ochranu životného prostredia, bola konferencia organizovaná OSN, uskutočnená v roku 1972 v Štokholme, známa aj pod názvom „*Je len jedna zem*“, kde bolo jasne definované, že životné prostredie je medzinárodným problémom a to z jednoduchého dôvodu, že znečistenie a vyčerpanie zdrojov nerešpektujú národné hranice. V roku 1983 bola zriadená *Komisia pre životné prostredie a rozvoj (WCED)*, ktorá vo svojej správe „*Naša spoločná budúcnosť*“, známa aj ako *Brundtlandovej správa*, 11. decembra 1987 uviedla novú éru sociálne a environmentálne trvalo udržateľného hospodárskeho rastu a definíciu pojmu *trvalá udržateľnosť*. Najvýznamnejším medzníkom bola *3. celosvetová konferencia OSN v roku 1992, ktoré sa konala v Rio de Janeiro*. Išlo o konferenciu o životnom prostredí a rozvoji, na ktorej predstavitelia zúčastnených krajín prijali zásadné dokumenty, ktoré mali byť podstatnou súčasťou pri naplňovaní princípov udržateľnosti v jednotlivých krajinách. Najvýznamnejším dokumentom, ktorý bol prijatý, sa stal dokument *Agenda 21*, ktorý je komplexným návodom globálnych akcií, ktoré môžu poznamenať alebo ovplyvniť prechod na udržateľný rozvoj. 2. až 11. septembra 2002 sa uskutočnil *Svetový summit o trvalo udržateľnom rozvoji v Johannesburgu v Južnej Afrike*. Predstavitelia viac než 100 štátov na ňom posúdili celkovú evolúciu sveta z hľadiska implementácie Agendy 21 za posledných 10 rokov a ratifikovali dohodu, ktorá vyjadrovala sústredenie pozornosti na zachovanie prírodných zdrojov a biodiverzity.

V roku 2015 sa uskutočnilo *70. valné zhromaždenie OSN a počas neho bol schválený dokument Premena nášho sveta: Agenda 2030 pre udržateľný rozvoj*. Agenda 2030 bola prijatá členskými štátmi OSN a vyzýva štáty k spoločnému postupu pri riešení globálnych výziev. Dokument tvorí 17 cieľov udržateľného rozvoja v oblastiach chudoby, nerovnosti, zdravotníctva, potravinovej bezpečnosti, udržateľnej spotreby a výroby, rastu, zamestnanosti, infraštruktúry, udržateľného hospodárenia s prírodnými zdrojmi, zmena klímy, rodovej nerovnosti, inkluzívnej spoločnosti, prístupu k spravodlivosti a zodpovedných inštitúcií.

## 1.5 Udržateľný cestovný ruch

Dnes už nestačí, že máme dostatok jedla – chceme sa vzdelávať, viac cestovať, byť v spojení so svetom. Potreby predbiehajú možnosti svojho uspokojovania, pretože ani najbohatšia krajina nemôže neobmedzene uspokojiť všetky potreby svojich obyvateľov. Na určitom stupni vývoja spoločnosti nastáva kvalitatívny posun v tom smere, že sa upúšťa od jednostranného preferovania hmotnej spotreby. Pozornosť sa začína sústreďovať na zabezpečenie čo najrozmanitejšieho, slobodného života jednotlivca vo fungujúcej spoločnosti, v zdravom životnom prostredí (Lisý, 2011).

V priebehu niekoľkých rokov sa začali meniť aj prístupy k ekonomickému mysleniu a podnikaniu. Názor starších ekonómov, podľa ktorých základom podnikania je maximalizácia zisku, začali nahrádzať nové idey o zodpovednom podnikaní a zabezpečovaní spoločného dobra aj v zmysle zabezpečenia cieľov zodpovednosti a udržateľnosti podniku (Majdúchová, 2020). V blízkej budúcnosti sa výzvou pre podniky musí stať podniková etika a zodpovednosť podnikateľských subjektov, ktoré budú musieť zabezpečiť vysoký štandard environmentálnej zodpovednosti za svoje marketingové a výrobné činnosti. Do povedomia sa musí dostať výraz “zelený marketing“, čo znamená propagáciu, podporu a uvádzanie na trh výrobkov a služieb, ktoré sú pokladané za bezpečné a šetrné k životnému prostrediu (Horváthová, 2012) Z uvedeného vyplýva, že všetky osoby zainteresované na rozvoji ekonomiky by mali chrániť životné prostredie s cieľom dosiahnutia zdravého, trvalého a udržateľného rozvoja založeného na spravodlivom uspokojovaní potrieb a túžob, mysliac pri tom na budúce generácie (Houška, 2014). V praxi sa v súčasnosti využívajú rôzne ekonomické nástroje na podporu správania sa orgánov, inštitúcií ako aj samotných výrobcov, spotrebiteľov a ďalších subjektov tak, aby svojou činnosťou podporovali cestu k trvalo udržateľnému rozvoju, no bude potrebné ich postupne prehodnotiť, či sú dostatočné. Získavanie, transformovanie, prenášanie a využívanie najrôznejších informácií na všetkých úrovniach rozhodovania, v najrôznejších oblastiach a formách je typickým rysom súčasného spoločenského vývoja a základom úspešného prechodu k udržateľnému rozvoju (Moldan, 2001).

Pohľad na pojem udržateľnosť bol prvýkrát poukázaný v roku 1972 v prvej správe Rímskeho klubu nazývanej „*Hranice rastu*“, v ktorej sa *udržateľnosť definuje ako „stav globálnej rovnováhy“*. *Pri určení globálnej rovnováhy platí pravidlo - „ počet obyvateľov*

*Zeme a kapitál sa udržiavajú na viac-menej konštantnej úrovni a tendencie pôsobiace na rast či pokles týchto veličín musia byť pod dôslednou kontrolou*“ (Prčík, Hauptvogel, Kotrla, 2019). Pojem *udržateľný*, rovnako ako termín *udržateľnosť* vychádza zo slovesa *udržať*, čo predstavuje schopnosť naplniť určitý dej. To predstavuje vynaložiť úsilie za účelom kontroly nad rovnováhou systému, vedomého a aktívneho usilovania sa o zachovanie tohto systému v žiaducom rovnovážnom stave (Dubská, 2010).

Termíny *trvalá udržateľnosť* (sustainability) a *trvalo udržateľný rozvoj* (sustainable development) sa začali objavovať na začiatku 70.-tych rokov najmä v súvislosti so znalosťou, že nekontrolovateľný rast či už populácie, výroby, spotreby, znečistenia je neudržateľný v prostredí obmedzených zdrojov (Klinda, 2001). *Trvalo udržateľný rozvoj v Slovenskej republike právne vymedzuje § 6 zákona č. 17/1992 Zb. o životnom prostredí*. Podľa tohto zákona ide o taký „rozvoj, ktorý súčasným i budúcim generáciám zachováva možnosť uspokojovať ich základné životné potreby a pritom neznižuje rozmanitosť prírody a zachováva prirodzené funkcie ekosystémov.“

Základné myšlienky trvalo udržateľného rozvoja sa uplatňujú vo všetkých odvetviach hospodárstva štátu, vrátane cestovného ruchu. Cestovný ruch je najväčším svetovým odvetvím, ktorý spôsobuje značné problémy spôsobené jeho nadmerným rozvojom a udržateľnosť je v súčasnosti najdôležitejším problémom, ktorému turistický priemysel čelí v dôsledku jeho rýchleho a nekontrolovateľného rastu. Obavy o zachovanie a riadenie prírodného vybudovaného prostredia a obavy z klimatických zmien a globálneho otepľovania sa stali najdôležitejšími strategickými cieľmi pre budúci rast a rozvoj cestovného ruchu (Edgell, 2019). Udržateľnosť cestovného ruchu zahŕňa viaceré aspekty: zodpovedné využívanie prírodných zdrojov so zreteľom na environmentálne vplyvy aktivít (produkcia odpadov, tlak na vodu, pôdu a biodiverzitu atď.), využívanie „čistej“ energie, ochrana dedičstva a zachovanie prírodnej a kultúrnej integrity destinácií, kvalita a udržateľnosť vytvorených pracovných miest, miestne hospodárske dôsledky a kvalita zákazníckych služieb. Ponuky destinácií budú úspešné voči cieľovým trhom vtedy, ak prinesú hodnotu a spokojnosť návštevníkov v cestovnom ruchu v súlade s udržateľnosťou. Práve kvalita je tým faktorom, ktorý zásadným spôsobom zvyšuje úspešnosť jednotlivých destinácií na trhu. Spokojnosť návštevníkov v cestovnom ruchu závisí na úrovni realizácie ponúkaných produktov cestovného ruchu vo vzťahu k ich očakávaniam (Houška, Petru, 2019).

Pre zabezpečenie udržateľného rozvoja cestovného ruchu nevyhnutné, aby jeho princípy dodržiavala tak strana ponuky, ako aj dopytu po cestovnom ruchu. Ak má byť cestovný ruch udržateľný zo strany ponuky, potom je nevyhnutné, aby všetci poskytovatelia produktov a služieb mysleli a konali udržateľným spôsobom, a aby každú ponuku vytvárali a distribuovali v súlade s princípmi udržateľného rozvoja. Ak má byť cestovný ruch udržateľný zo strany dopytu, potom musia všetci návštevníci spotrebovať len udržateľné produkty a služby a ich správanie musí rešpektovať princípy udržateľného rozvoja. S požiadavkou na udržateľnosť v cestovnom ruchu prichádza zásadná zmena pre manažérov podnikov cestovného ruchu. Zatiaľ, čo v minulosti bolo ich cieľom maximalizácia ekonomického zisku, v budúcnosti bude stále dôležitejšia potreba vyváženosti všetkých troch aspektov. Sú to ochrana životného prostredia, prínos pre ľudskú spoločnosť a stabilný ekonomický rast (Závodná, 2015).

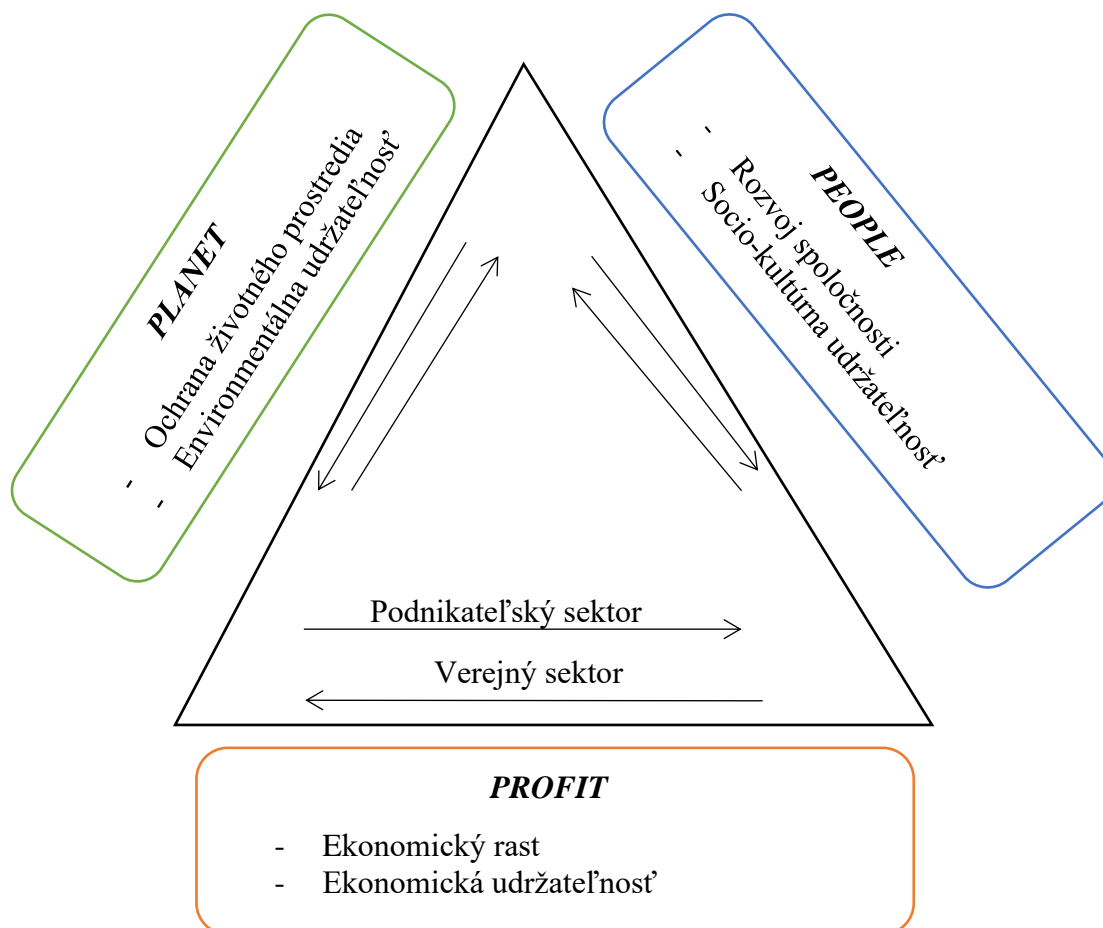
Jedným z princípov trvalo udržateľného rozvoja je princíp „*znečisťovateľ platí*“. Ten vyjadruje, že všetky náklady je potrebné preniesť na výrobcov a spotrebiteľov a neprenášať tieto náklady na iné časti spoločnosti, iné krajiny alebo budúce generácie (Tušan, Bilá, 2006). Udržateľný cestovný ruch podmieňuje zodpovedné cestovanie, ochraňuje prírodné a kultúrne dedičstvo a udržiava blahobyt rezidentov. Týka sa rovnako ako návštevníkov, ktorí sa stotožňujú s kultúrnymi zdrojmi cieľového miesta, tak aj ponuky cieľových miest, súkromného a verejného sektora. Hlavným cieľom je spoločná koordinácia medzi rozvojom cestovného ruchu, prírodnými a kultúrnymi zdrojmi a sociálnou spravodlivosťou, minimalizovaním konfliktov medzi návštevníkmi a rezidentmi, predstaviteľmi verejného a súkromného sektora a zástupcami mimovládnych organizácií (Gúčík, 2020).

## **1.6 Piliere udržateľnosti**

Spoločnosti si od regionálnej úrovne až po globálnu úroveň začali postupne čoraz intenzívnejšie uvedomovať, že nekontrolovateľný rast produkcie a populácie je limitovaný využívaním obmedzených zdrojov. Na tomto princípe vznikla stratégia trvalo udržateľného rozvoja, ktorá predstavuje obnovený prístup k budúcemu rozvoju a smerovaniu civilizácie. *Stratégia trvalo udržateľného rozvoja vychádza z vytvorenia dlhodobej rovnováhy medzi troma základnými piliermi: sociálnym, ekonomickým a environmentálnym.* Tento prístup, ktorý sa označuje aj ako *3P – people, planet, profit* (ľudia- planéta – zisk), je zameraný na ochranu a rozvoj životného prostredia, úsporné využívanie prírodných zdrojov, sociálne a kultúrne potreby spoločnosti a udržanie vysokej a stabilnej úrovne ekonomického rastu. Je

to prístup, ktorý dokáže naplniť potreby súčasnosti a zároveň neohrozuje budúce generácie (Dubská, 2010). Autorom tejto schémy je prof. Donald Hawkins z George Washington University v New Yorku.

**Obrázok č. 1: Schéma Planet – People - Profit podľa Hawkinsa**



*Zdroj: vlastné spracovanie podľa Závodnej, 2015*

Princípy trvalo udržateľného rozvoja sa uplatňujú vo všetkých odvetviach a sektoroch, vrátane cestovného ruchu. Udržateľný cestovný ruch kladie dôraz nielen na ochranu prírodných zdrojov, ako to je v prípade environmentálneho, ekologického a zeleného cestovného ruchu, ale svoju pozornosť cíeli aj na ekonomickú a sociálnu rovnováhu prostredia, v ktorom sa rozvíja (Závodná, 2015).

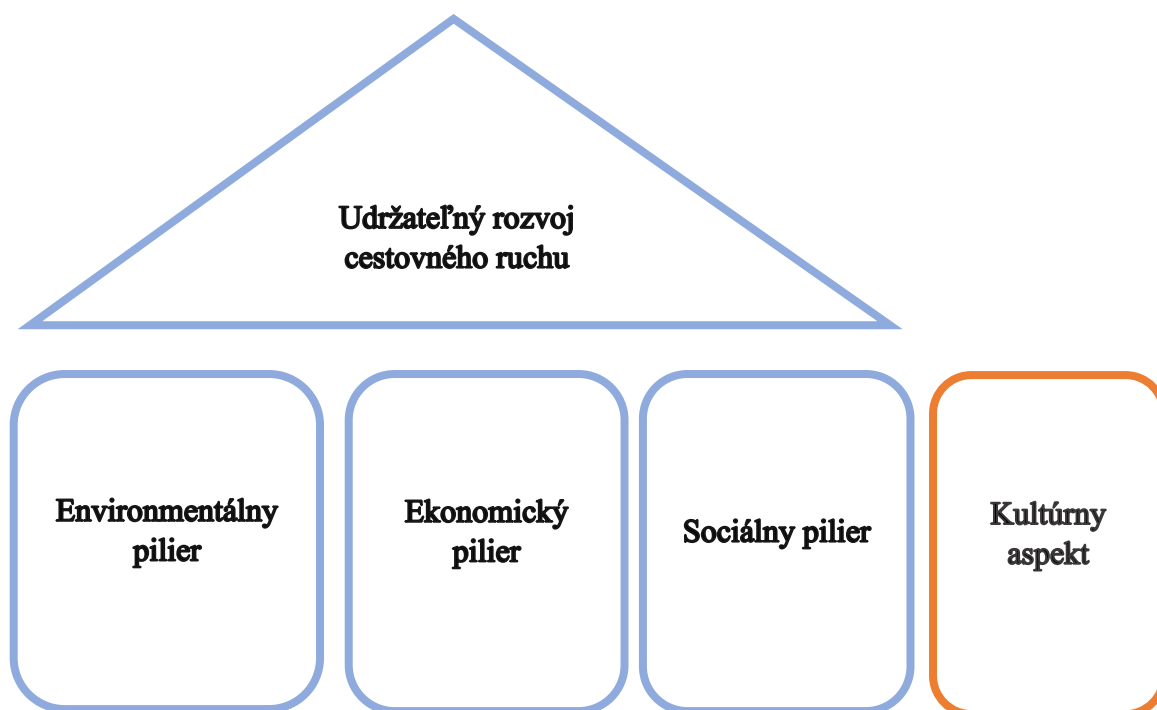
*Medzi základné princípy trvalo udržateľného rozvoja zaradzujeme:*

- Úcta a starostlivosť o spoločenstvo života.
- Zlepšovanie kvality ľudského života.
- Ochrana vitality a diverzity Zeme.

- Dodržiavanie únosnosti Zeme.
- Udržiavanie civilizačného rozvoja v medziach únosnosti Zeme.
- Zmeniť vzory správania a osobné prístupy.
- Umožniť komunitám starať sa o vlastné životné prostredie.
- Budovanie integrovaného systému rozvoja a ochrany.
- Vytváranie globálneho spojenectva (Tušan, Bilá, 2006).

Podľa Gajdošíkovej (2020) je „*udržateľný rozvoj cieľového miesta cestovného ruchu zabezpečený vtedy, ak sú všetky tieto tri piliere v rovnováhe a dochádza k ich najlepšiemu naplneniu*“. Autorka ďalej dodáva, že v praxi sa najčastejšie stretávame s tým, že manažment cieľových miest cestovného ruchu uprednostňuje rast počtu návštevníkov (sociálny aspekt) a príjmy z cestovného ruchu (ekonomický aspekt) bez ohľadu na potreby miestnych obyvateľov a pozornosť k prírodným a ku kultúrnym zdrojom je venovaná len do takej miery, akú ukladá platná legislatíva. Dôsledným manažovaním môže cestovný ruch viac ako iné sektory hospodárstva vytvárať vzájomné prepojenie s ekonomikou, krajinou, spoločnosťou a jej kultúrou.

**Obrázok č. 2: Pilieře udržateľného rozvoja cestovného ruchu**



Zdroj: vlastné spracovanie podľa Gajdošíkovej, 2020

### ***Pilier environmentálnej udržateľnosti***

Hlavným cieľom piliera environmentálnej udržateľnosti je ochraňovať a šetrne spravovať prírodné hodnoty, obzvlášť tie neobnoviteľné alebo cenné, tým minimalizovať dopad na životné prostredie pre zachovanie budúcej aj súčasnej generácie (Goeldner, Ritchie, 2014). Je známe, že prírodné zdroje predstavujú základný predpoklad ľudskej existencie. Udržateľný systém musí zachovať ich stabilnú základňu, zabrániť prečerpaniu obnoviteľných zdrojov alebo poškodeniu a vyčerpaniu neobnoviteľných zdrojov. To vyžaduje zachovanie biodiverzity, stability atmosféry a ďalších environmentálnych funkcií (Tušan, Bilá, 2006). Vďaka svojej atraktivnosti je zdrojom, ktorý podmieňuje rozvoj cestovného ruchu v danom cieľovom mieste. No nekontrolovateľný nárast počtu návštevníkov a ich nevhodné správanie môže poškodzovať základné prírodné zdroje, teda atraktivity, ktoré návštevnosť vyvolali. Ďalší návštevníci už nebudú mať dôvod do cieľového miesta prichádzať, čo ovplyvní ekonomický aj sociálny stav v cieľovom mieste. Úlohou environmentálneho komponentu udržateľného cestovného ruchu je preto zachovať zdroje, ktoré návštevnosť vyvolali, ochraňovať a zveľaďovať ich tak, aby boli aj naďalej atraktívne a motivovali k ďalšej, aj opakovanej, návšteve (Gajdošíková, 2020).

### ***Pilier ekonomickej udržateľnosti***

Vytvárať zisk na rôznych úrovniach spoločnosti, tvoriť nové pracovné pozície a zlepšovať pracovné podmienky sú hlavné ciele piliera ekonomickej udržateľnosti. Úlohou je tiež riešiť nákladovú efektívnosť všetkej hospodárskej činnosti, kde predovšetkým ide o životaschopnosť firiem a ich schopnosť udržiavať svoju činnosť počas najdlhšej doby (Goeldner, Ritchie, 2014). Tento systém musí byť schopný trvalo produkovať tovary a služby, zachovávať primeraný stupeň vonkajšej a vnútornej zadlženosti a zabrániť nerovnováhe medzi odvetviami, ktorá môže poškodiť poľnohospodársku alebo priemyselnú výrobu (Tušan, Bilá, 2006). Ekonomický pilier je teda významnou súčasťou udržateľného rozvoja z dôvodu zabezpečenia a zachovania hospodárskeho rastu. Zachovávanie ekonomických princípov udržateľného cestovného ruchu sa prejavuje v dlhodobej prosperite miestnych aj regionálnych podnikov, podpore miestnych

podnikateľov, tvorbe pracovných miest a v udržaní alebo raste podielu cestovného ruchu na tvorbe hrubého domáceho produktu. V prípade sústredenia cieľového miesta cestovného ruchu len na dosahovanie ekonomických úžitkov môže viesť k postupnému zničeniu prírodných a kultúrnych atraktivít, ktoré vyvolali prvotnú návštevnosť (Gajdošíková, 2020).

Existujú nástroje, ktoré sa využívajú na povzbudzovanie správania sa inštitúcií, výrobcov, spotrebiteľov a ďalších subjektov tak, aby svojou činnosťou podporovali smerovanie k trvalo udržateľnému rozvoju. Využíva sa princíp „znečisťovateľ platí“.

*Medzi tieto nástroje zaraďujeme:*

- štátny rozpočet, rozpočet obcí, rozpočet podnikov a iných organizácií,
- rôzne formy daňových úľav, dotácie, bezúročné pôžičky,
- formy negatívnej stimulácie (platby za znečistenie a využívanie prírodných zdrojov),
- dane,
- oceňovanie zdrojov, oceňovanie práce, oceňovanie výrobkov a pod. (Tušan, Bilá, 2006).

### ***Pilier sociálnej udržateľnosti***

Pilier sociálnej udržateľnosti sa zameriava na rešpektovanie ľudských práv a príležitostí pre všetkých členov v spoločnosti. Vyžaduje si to spravodlivé prerozdelenie benefitov so zameraním sa na zmiernenie chudoby, kde sa dôraz kladie na miestne komunity, udržovanie a posilňovanie ich základných systémov, ktoré zaisťujú životaschopnosť, uznanie a rešpektovanie rozličných kultúr a zamedzenie všetkých foriem zneužívania (Goeldner, Ritchie, 2014). Systém musí dosahovať spravodlivosť v rozdeľovaní príležitostí, poskytnúť postačujúce zabezpečenie sociálnymi službami vrátane zdravotníctva a vzdelávania, rodovej rovnosti príležitostí a politickej zodpovednosti a spolupráce (Tušan, Bilá, 2006). Sociálny pilier predstavuje spoločenskú zodpovednosť rozvoja cestovného ruchu tak pre návštevníkov, aj ako pre domácich obyvateľov a zamestnancov v cieľových miestach cestovného ruchu. Ide predovšetkým o kvalitu života, ľudskú dôstojnosť, ľudské a pracovné práva. Dôležitým stanoviskom je uspokojovanie potrieb nielen návštevníkov, ale aj miestnych obyvateľov a zamestnancov,

čím dochádza k zvýšeniu kvality ich života i zlepšeniu príjmovej situácie. Tým sa zachovávajú tradície a kultúra. Návštevníci aj miestni obyvatelia vo vzťahoch navzájom nepociťujú diskrimináciu ani napätie. Tak sa cestovný ruch rozvíja udržateľným spôsobom, preto je dôležité, aby boli miestni obyvatelia zainteresovaní pri plánovaní cestovného ruchu, pretože ide o budúci vývoj ich domáceho prostredia (Gajdošíková 2020).

V dôsledku nadmerného využívania prírodných zdrojov a následnom znečisťovaní ekosystémov je nutné implementovať politiku udržateľného rozvoja v dôsledku civilizačného rozvoja. Ak má turistický ruch plniť pozitívnu úlohu v udržateľnom rozvoji miest a regiónov, musí sám byť zdrojom a organizátorom určitých princípov.

*K základným princípom udržateľného rozvoja môžeme zaradiť:*

- obnoviteľné zdroje by mali byť čerpané maximálnou rýchlosťou, ktorou sa stačia obnovovať,
- vyčerpatelné zdroje by mali byť čerpané maximálnou rýchlosťou, ktorou budú budované ich náhrady, na ktoré bude možné plynule prejsť,
- intenzita znečisťovania nesmie presiahnuť asimilačnú kapacitu životného prostredia,
- časť súčasných technológií by mala byť investovaná na redukciiu znečistenia, zníženia plytvania a zvýšenia efektivity (Závodná, 2015).

### ***Kultúrny aspekt udržateľnosti***

Keď vychádzame z vyššie uvedeného, tak *s tromi piliermi udržateľnosti stojí ruka v ruke aj kultúrny aspekt, pretože spolu s environmentálnymi aspektmi bytia sa vyformoval problém kultúrnej udržateľnosti života*. Prírodné a kultúrne dedičstvo predstavuje primárnu ponuku cestovného ruchu a je zdrojom atraktívnosti konkrétnej lokality. Kultúrny cestovný ruch je formou domáceho i medzinárodného cestovného ruchu, ktorého objektom (okrem iných cieľov), je objavovanie a radosť z historických pamiatok a miest hnutel'ného a nehnuteľného kultúrneho dedičstva, vrátene kultúrnej krajiny a poznanie miest a aktivít, ktoré hodnoverne prezentujú kultúrne dedičstvo hostiteľskej oblasti. Je schopný podieľať sa na vytváraní podmienok trvalo udržateľného rozvoja regiónu. Mnohé krajiny a kultúrne destinácie stoja tvárou v tvár k nepriaznivým dôsledkom nadmerného objemu cestovného

ruchu. Príliš vysoký počet návštevníkov a ich správanie sa nedokážu jednotlivé cieľové miesta „uniesť“, čím sú kultúrne pamiatky a tradície v ohrození (Dubská, 2010). Je dobré, že rastúci environmentálny trend je základom zdravého spôsobu života, súčasne previazaného s kultúrnym odkazom generácií, ktoré svojím žitím dokazovali súlad kultúry a základného prírodného prostredia. Zameranie sa napr. na obnovu miest a regiónov prostredníctvom kultúrneho dedičstva, podporu adaptívneho opätovného využívania budov kultúrneho dedičstva, vyváženie prístupu ku kultúrnemu dedičstvu s udržateľným kultúrnym cestovným ruchom a prírodným dedičstvom, potrebu chrániť pamiatky pred prírodnými a inými nebezpečenstvami, aby sa už nepáchali žiadne katastrofické škody na kultúrnom dedičstve (Gregorová, Špaček, 2008).

Prepojenie kultúry, cestovného ruchu, ekonomiky a trvalo udržateľného rozvoja regiónov predstavuje mimoriadne komplikovaný a mnohostranný jav. Kultúrny cestovný ruch má schopnosť vytvárať ekonomické výnosy, prilákať návštevníkov a generovať množstvo pracovných miest, no predstavuje aj zdroj prepojenia človeka s históriou, kultúrou, krajinou a je zdrojom tvorby spoločenských a občianskych hodnôt (Dubská, 2010).

## 2 Environmentálna certifikácia udržateľnosti služieb cestovného ruchu

Environment (životné prostredie) je prostredie, v ktorom človek alebo organizácia realizuje svoje aktivity. Zahŕňa ovzdušie, vodu, pôdu, prírodné zdroje, rastlinstvo, živočíšstvo, ľudí a vzťahy medzi týmito zložkami, čiže ide o súbor faktorov nutných k životu určitého živého organizmu (Houška, 2014). Starostlivosť o životné prostredie predstavuje základnú časť koncepcie trvalo udržateľného rozvoja. Pre udržanie a zlepšovanie kvality životného prostredia a zdravia ľudí, organizácie vo väčšej miere venujú pozornosť potenciálnym environmentálnym vplyvom ich činností, procesov, výrobkov a poskytovaných služieb na životné prostredie. Ekonomické prostredie, v ktorom sa podniky nachádzajú, sa vyznačuje rýchlo sa meniacimi podmienkami. Zmeny je vidieť v prevahe ponuky nad dopytom, dynamicky sa šíriacich vedomostiach, vysokej konkurencii na trhu, a preto aj stúpol význam manažérskych systémov. V dôsledku toho je na podniky vyvíjaný tlak, pretože chcú prežiť a byť konkurencieschopné, musia byť flexibilné a musia sa vedieť vyrovnávať aj s mimoriadnymi situáciami (Gejdoš, 2014).

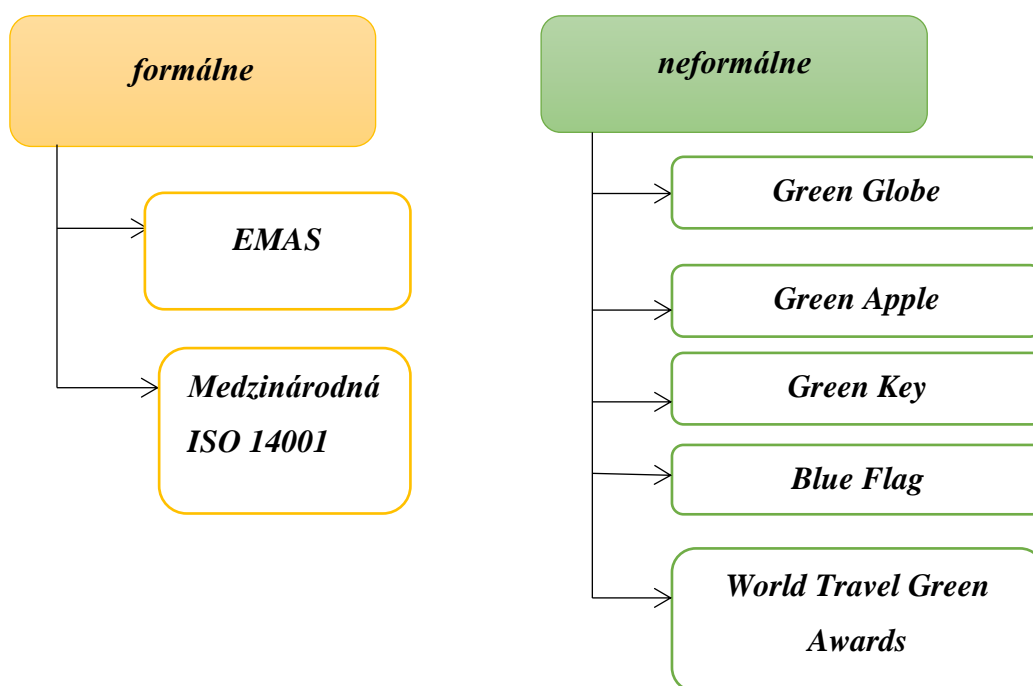
V dnešnej dobe sa čoraz viac organizácií snaží o posúdenie environmentálneho správania vo vlastnom záujme, ale aj z dôvodov potreby v rámci svojej podnikateľskej činnosti. *Z uvedeného vyplýva, že môže ísť v tomto smere o samoreguláciu alebo vládnú reguláciu. Ide o nástroje ako sú napr. environmentálne hodnotenie a označovanie výrobkov, posudzovanie vplyvov činností na životné prostredie, integrovaná prevencia a kontrola znečisťovania životného prostredia, atď., ktoré našli podporu vo vládných orgánoch rôznych krajín.*

*Normy sú prínosom pre väčšinu aspektov života. Zabezpečujú vlastnosti produktov a služieb ako je kvalita, ochrana životného prostredia, bezpečnosť, spoľahlivosť a efektivita, pričom kladú dôraz na ekonomické náklady.* Používajú pojem „posudzovanie zhody“, čo znamená kontrolovať výrobky, materiály, služby, systémy, procesy a prácu ľudí podľa špecifikácií príslušnej normy. ISO návody a štandardy pre posudzovanie zhody predstavujú medzinárodný súlad o osvedčených postupoch (Majerník, Szaryszová, Hakulinová, Markovič, 2013). V súčasnosti sú z oblasti environmentálneho manažérstva spracované a začlenené do našej sústavy viaceré technické normy.

Z hľadiska najvypracovanejších nástrojov vyznačujúcich sa vysokou efektívnosťou sa v súčasnosti pri stavaní a napĺňaní environmentálnych manažérskych systémov odporúča použitie dvoch štandardizovaných nástrojov:

- *STN EN ISO 14001 – Systémy environmentálneho manažérstva.*
- *Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady č. 1221/2009 o dobrovoľnej účasti organizácií v schéme Spoločenstva pre environmentálne manažérstvo a audit (EMAS)*

**Obrázok č. 3: Environmentálne manažérské systémy môžeme rozdeliť takto:**



Zdroj: vlastné spracovanie podľa Plesníka, 2012

*Systém posudzovania vplyvov činností subjektov na životné prostredie môže mať rôzne formy – certifikácia, označovanie výrobkov a služieb, zelené programy, udržateľné schémy.*

*Certifikáciu môžeme definovať ako „nezávislé, nestranné a odborné posúdenie a oficiálne uznanie zhody určených znakov a vlastností jednoznačne definovaného systému, výrobku, služby alebo personálu s deklarovanými predpismi, ktorú vykonáva certifikačná autorita“ (Majerník, Mesároš, Mihok, Bosák, 2005). Táto forma sa využíva aj v sektore cestovného ruchu, ktorý má široko pozitívny vplyv na ekonomický rast a zamestnanosť, je to aj priemysel, ktorý je náročný na zdroje a zanecháva veľké stopy na životnom prostredí.*

*Podnik cestovného ruchu, ktorý disponuje certifikáciou udržateľnosti prejavuje svoju transparentnosť šetrného správania voči životnému prostrediu celej spoločnosti. Prostredníctvom certifikácie sa podnik stáva dôveryhodným subjektom, ktorý uplatňuje princípy udržateľnosti a prispieva tak k rozvoju udržateľnejšieho cestovného ruchu na trhu. Environmentálne certifikácie sa považujú za mimoriadne užitočný nástroj pri podpore a rozvoji trvalo udržateľného cestovného ruchu. Certifikáty udržateľnosti priťahujú špecifické cieľové skupiny návštevníkov nazývaných aj ako tzv. „zelení spotrebiteľia“, keďže sú spájané s kvalitou a vyšším prospechom značky (Závodná, 2015).*

*Ďalšou formou je environmentálne označovanie produktov a služieb. Všeobecne je dané, že environmentálne značenie je celosvetovo uplatňovaným konceptom založeným na medzinárodných normách a patrí medzi dobrovoľné informačné nástroje. Pre všetky subjekty, ktoré budú mať túto značku v držbe, to značí predovšetkým marketingovú výhodu ich zariadenia, produktu alebo služby.*

Od roku 2004 majú žiadatelia v SR možnosť získať európsku environmentálnu značku „*Environmentálna značka EÚ*“ (predtým „*Európsky kvet*“). Kritériá environmentálnej značky EÚ poskytujú nevyhnutné usmernenia pre spoločnosti, ktoré chcú znížiť svoj vplyv na životné prostredie a zaručiť efektívnosť svojich environmentálnych opatrení prostredníctvom kontrol tretích strán.

*Medzi povinné kritériá, ktoré musí ubytovacie zariadenie spĺňať, aby mohlo používať environmentálnu značku EÚ, patria:*

- obmedzená spotreba energie,
- obmedzená spotreba vody,
- zníženie produkcie odpadov,
- využívanie menej nebezpečných materiálov pre životné prostredie,
- využívanie obnoviteľných zdrojov,
- poskytovanie údajov na podporu environmentálnej výchovy a komunikácie,
- znižovanie environmentálnych dopadov výroby a spracovania potravín a nápojov ako posledného článku distribučného procesu (Cembruch-Nowakowski, 2020).

*„Zákazníci robia kompromisné rozhodnutia medzi rôznymi atribútmi predtým, ako si vyberú ubytovacie zariadenie na pobyt, a jedným z nich môže byť kritérium „zeleného“ správania“, tvrdia Goldberg, Green a Wind (1984). Podľa Millara a Baloglu (2011) zelený hotel je definovaný ako „ekologicky rozumná prevádzka, ktorá poskytuje hosťom*

*ekologický, hygienický a zdravý produkt a zároveň využíva úsporu energie a recykláciu*“.

Z uvedeného vyplýva, že o túto značku môžu prejavit' záujem aj subjekty podnikajúce v segmente turizmu. Environmentálne značky v cestovnom ruchu a iných sektoroch pôsobia ako stimuly, ktoré podnecujú podniky, aby dosahovali významné zlepšenia v oblasti životného prostredia. Sú jedným z mnohých dobrovoľných nástrojov, ktoré môžu poskytnúť účinný doplnok formálnej regulácie vnútroštátnymi orgánmi (Kaźmierski, 2013).

## **2.1 Certifikácia systému environmentálneho manažérstva podľa normy ISO 14001**

**Obrázok č. 4: ISO Norma 14001**



*Zdroj:* <https://www.qscert.sk/>

Mnohé organizácie v súlade s podnikateľskou etikou očakávajú od svojich dodávateľov zodpovednejší prístup k životnému prostrediu, čo vyúsťuje do požiadavky, aby dodávatelia mali ako súčasť svojej podnikateľskej činnosti zavedený *systém environmentálneho manažérstva (SEM)*. V medzinárodnom rozmere je kľúčovou normou pre zavedenie SEM a jeho certifikáciu *ISO 14001 - Systémy environmentálneho manažérstva*. Je dobrovoľným nástrojom v oblasti environmentálneho riadenia v organizácii, zavedený za účelom dosiahnutia zhody s právnymi požiadavkami. Nie je pre organizácie záväzná a bola vytvorená tak, aby bola použiteľná v organizáciách akéhokoľvek typu a veľkosti a aby zohľadňovala rôzne geografické, kultúrne a sociálne podmienky. Slúži na riadenie a usmerňovanie organizácie s ohľadom na kvalitu životného prostredia. (CeMS, 2021). Splnením predpísaných požiadaviek, ktorých zhodu s normou preverí úspešný certifikačný audit, organizácia získa od certifikačnej spoločnosti certifikát, ktorý je zároveň aj dokladom o účinnosti systému. Certifikovaná organizácia je oprávnená pre certifikované oblasti používať certifikačnú známku.

Cieľom certifikácie je v prvom rade zlepšenie image podniku a vybudovanie dobrých vzťahov s verejnosťou a miestnou správou. S tým idú ruka v ruke aj ekonomické prínosy - úspora energie, minimalizácia odpadu (zníženie nákladov na likvidáciu), minimalizácia environmentálnych poplatkov a pokút za znečistenie ŽP.

## 2.2 Schéma pre environmentálne manažérstvo a audit - EMAS

Obrázok č. 5: Certifikát EMAS



Zdroj: <https://www.emas.sk/>

Už viac ako 200 hotelov, kempingov, prírodných rezervácií, ubytovacích zariadení v Európe využíva schému EMAS. *Schéma pre environmentálne manažérstvo a audit je dobrovoľným nástrojom Európskej únie vytvoreným pre organizácie, ktorým pomáha hodnotiť, riadiť a zlepšovať ich environmentálne správanie a je otvorená pre všetky sektory hospodárstva a všetky typy organizácií verejného i súkromného sektora, ktoré hľadajú spôsob ako zdokonaľiť svoje environmentálne správanie.*

Je to nástroj založený na princípe trhu a jeho cieľom je implantovať trhové sily do oblasti životného prostredia. Umožňuje organizáciám komunikovať transparentným, spolupracujúcim a interaktívnym spôsobom s verejnosťou a inými zainteresovanými stranami, pri dodržiavaní zákonov. Tvárou v tvár narastajúcej environmentálnej zodpovednosti zo strany trhu a zákazníkov, organizácie získavajú prospech zo znižovania negatívnych environmentálnych vplyvov vyplývajúcich z ich činností. Vynikajúce environmentálne správanie je považované za obchodnú výhodu, zatiaľ čo zlá environmentálna výkonnosť sa stáva nevýhodou. Keďže problémy životného prostredia sa

stávajú komplexnejšími a ich počet narastá, musia byť riadené novými spôsobmi. Usiluje sa o zapojenie odborných znalostí každého v rámci, ale aj mimo organizácie, za účelom spolupráce a nájdenia tých najlepších riešení.

Environmentálny audit podľa EMAS je systém riadenia, ktorý obsahuje systematické, zdokumentované, periodické a objektívne hodnotenie organizácie, systému manažérstva a procesov určených na ochranu životného prostredia. Účelom je uľahčenie manažérskej kontroly správania, ktoré môže mať vplyv na životné prostredie a zhodnotenie súladu s environmentálnou politikou, vrátane dlhodobých a krátkodobých environmentálnych cieľov organizácie. Organizácie, ktoré sa zapájajú do tohto systému, postupne získavajú komparatívne výhody, avšak na druhej strane účasť v systéme ich stojí určité náklady (Majerník, Mesároš, Mihok, Bosák, 2005).

### **2.3 Európska environmentálna značka pre turistické ubytovacie zariadenia Ecolabel**

**Obrázok č. 6: Certifikát Ecolabel**



*Zdroj:* [www.ecolabel.eu](http://www.ecolabel.eu)

V roku 1994 bola založená nezisková asociácia ecolabelingových organizácií z celého sveta - Globálna sieť environmentálneho označovania výrobkov a služieb - *Global Ecollabelling Network (GEN)*. Vznikla za účelom získania informácií o všetkých existujúcich programoch environmentálneho označovania a následného zjednotenia príslušných environmentálnych kritérií a postupov. Združuje programy environmentálneho označovania v rámci všetkých kontinentov sveta. V súčasnosti má 27 členov (SAŽP, 2022).

Environmentálna značka pre označovanie produktov a služieb predstavuje európsky znak ekologickej kvality, ktorý odmeňuje produkty a služby, ktoré sú šetrnejšie k životnému prostrediu a ktoré sa môžu týmto spôsobom odlíšiť od svojich konkurentov na trhu, pričom si však zachovávajú vysoké štandardy výkonu. Spomedzi environmentálnych značiek a certifikácií má environmentálna značka EÚ najširší rozsah kritérií a je geograficky najrozsiahlejšia. Dobrovoľný systém environmentálnej značky EÚ bol vyvinutý s cieľom poskytnúť firmám možnosť klásť dôraz na ich environmentálne správanie (Calabrò, Vieri, 2020). Hlavným cieľom environmentálnej značky EÚ je umožniť účastníkom trhu spotrebúvať, vyrábať a žiť udržateľnejšie a zapojiť ich do prechodu k obhobému hospodárstvu. Značka EcoLabel podnecuje výrobcov, aby počas celého výrobného procesu vytvárali menej odpadu a CO<sub>2</sub> a tým tiež podporovali cirkulárnu ekonomiku (European Commission, 2022).

Odvetvie cestovného ruchu zohráva v mnohých krajinách významnú hospodársku úlohu, kde významne prispieva k ochrane životného prostredia, rovnako ako aj pri posilnení sociálno-ekonomického rozvoja krajiny. V zmysle ideí EÚ zastúpených Európskou komisiou (pod názvom Green Ideas for Tourism for Europe) na udelenie európskej environmentálnej značky pre turistické ubytovacie zariadenia musia ubytovacie jednotky spĺňať súbor veľmi prísnych kritérií environmentálneho správania v rôznych oblastiach životného prostredia. Označenie obsahuje 22 povinných kritérií a 45 voliteľných kritérií. V prípade hotelov a iných turistických ubytovacích zariadení sa kritériá vzťahujú na tieto sektory - energia, voda, čistiace prostriedky, odpad, generálny manažment a iné služby (Houška, 2014).

## 2.4 The Green Key – „Zelený kľúč“

Obrázok č. 7: Certifikát The Green Key



Zdroj: <https://www.greenkey.global/>

Program The Green Key iniciovala v Dánsku v roku 1994 mimovládna organizácia Horesta (Asociácia hotelového, reštauračného a turistického priemyslu v Dánsku), aby sa stala vedúcou svetovou environmentálnou značkou pre ubytovacie zariadenia. The Green Key ([www.greenkey.global](http://www.greenkey.global)) je nevládný, neziskový a nezávislý program podporovaný UNWTO a UNEP (United Nations Environment Programme). V súčasnosti patrí k najväčším svetovým ekoznačkám pre ubytovanie a má národné administratívne centrá v každej účastníckej krajine.

*„Green Key je popredným štandardom excelentnosti v oblasti environmentálnej zodpovednosti a udržateľnej prevádzky v rámci cestovného ruchu. Táto prestížna environmentálna značka predstavuje záväzok podnikov, že ich turistické zariadenia budú dodržiavať prísne kritériá stanovené Nadáciou pre environmentálne vzdelávanie (FEE)“* (Greenkey, 2022).

Značka The Green Key je „ekoznačka“ udeľovaná ubytovacím zariadeniam - hotelom, hostelom, kempingom, konferenčným a prázdninovým centrámi a domom, rekreačným zariadeniam, ďalším ubytovacím zariadeniam i reštauráciám, príp. atrakciám. Skráteno zámerom eko – označenia je prispievať k prevencii klimatických zmien a rozvoju udržateľného cestovného ruchu oceňovaním a propagovaním environmentálnych iniciatív. Cieľ, ktorý je daný – zmena praktík a správania sa všetkých subjektov cestovného ruchu a prinútiť tieto subjekty k zvyšovaniu zodpovednosti voči životnému prostrediu (Plesník, 2012) V súčasnosti funguje v 65 krajinách a ich počet neustále rastie, to z nej robí jednu z geograficky najrozšírenejších environmentálnych značiek cestovného ruchu na svete. Program podporuje udržateľný cestovný ruch a jeho cieľom je prispieť k prevencii klimatických zmien oceňovaním inštitúcií podnikajúcich v segmente turizmu za pozitívne environmentálne iniciatívy. Zameriava sa na ekologických rast, informovanosť personálu inštitúcie a klientov, zavádza udržateľné spôsoby prevádzky a technológií, zníženie využívania zdrojov a energií. Ubytovacie zariadenia môžu získať označenie „Zeleného kľúča“, ak spĺňajú národné i medzinárodné kritériá v pomere 20% /80% (Závodná, 2015).

## 2.5 The Green Globe

Obrázok č. 8: Certifikát The Green Globe



Zdroj: [www.greenglobe.com](http://www.greenglobe.com)

Značka Green Globe bola založená Svetovou radou pre cestovanie a cestovný ruch (WTTC) s cieľom implementácie Agendy 21 a princípov trvalo udržateľného rozvoja. Certifikačný program bol založený v roku 1993 vo Veľkej Británii ako následok Summitu v Riu de Janeiro. Od roku 1999 Green Globe pôsobí ako nezávislá spoločnosť s ručením obmedzeným a je pod dohľadom medzinárodného poradného zboru, ktorý tvoria zástupcovia odvetvia cestovného ruchu, mimovládnych organizácií, environmentálnych poradenských spoločností z celého sveta. Inštitúcia Green Globe poskytuje certifikáciu, školenia a vzdelávanie i marketingové služby po celom svete. *Green Globe je medzinárodná značka navrhnutá pre trvalo udržateľné cestovanie a cestovný ruch.* Hlavným cieľom programu Green Globe pre destinácie cestovného ruchu je podporovať environmentálne udržateľný rozvoj cestovného ruchu v destináciách, kde je rozvinutý cestovný ruch. Certifikačný program Green Globe uľahčuje udržateľné cestovanie spotrebiteľom, spoločnostiam a komunitám, ktoré pracujú na zmiernení dopadu na životné prostredie (Kapiki, Tatari, 2006).

Certifikát je používaný medzinárodnými hotelovými sieťami, kde je uznávaný medzikontinentálne v 83 krajinách a pozostáva zo 44 povinných kritérií v štyroch skupinách (manažment udržateľnosti, sociálne a ekonomické kritériá, kultúrne dedičstvo, environmentálne kritériá) s viac ako 385 indikátormi zhody. Príslušné ukazovatele sa líšia podľa typu certifikácie, geografickej oblasti, ako aj miestnych faktorov. Celý Green Globe Standard sa reviduje a aktualizuje dvakrát za kalendárny rok. Štandard bol vyvíjaný počas troch desaťročí a zaručuje najvyššiu úroveň udržateľných operácií a riadenia (Cembruch-Nowakowski, 2020).

Hotely uchádzajúce sa o Green Globe musia spĺňať požiadavky týkajúce sa nielen environmentálnych problémov zachovaním zdrojov, znižovaním znečistenia, ochranou biodiverzity, ekosystémov a krajiny, ale sú potrebné zaviesť udržateľný manažment zahŕňajúci implementáciu systému manažmentu udržateľnosti, zabezpečenie súladu s právnymi predpismi, efektívny rozvoj rovnako aj školenie zamestnancov, manažment, spokojnosť zákazníkov, presnosť propagačných materiálov a podporovanie miestnych podnikateľov, ako aj rešpektovanie miestnych komunit, podporovanie miestnej kultúry a kultúrne dedičstvo. Certifikát Green Globe sa udeľuje na jeden kalendárny rok a môže byť obnovený na základe posúdenia na mieste vymenovaným kvalifikovaným nezávislým audítorom (Cembruch-Nowakowski, 2020).

Tento originálny certifikačný program udržateľnosti bol vyvinutý na usmerňovanie cestovného ruchu podnikov na ceste k udržateľnej prevádzke a jej riadeniu. V prípade záujmu o túto značku je potrebné zhodnotiť: *„Prečo práve Green Globe?“ Odpoveďou na otázku je – Dôveryhodnosť – Transparentnosť – Nižšie operačné náklady – Lepšie podnikanie – Lepšie environmentálne výkony – Výhody marketingu – Vyššia „viditeľnosť“ na trhu* (Plesník, 2012).

### 3 Cieľ práce

V teoretickej časti práce sme sa venovali podnikom cestovného ruchu, ich produktom a vplyvu cestovného ruchu na zložky životného prostredia. Prezentovali sme medzinárodné dokumenty o ochrane životného prostredia a udržateľnosti, ich vývoj v historickom kontexte. V úvodnej kapitole sme vymedzili základné pojmy ako sú udržateľnosť a udržateľný cestovný ruch. Podrobnejšie sme sa zameriavali na piliere udržateľnosti. V ďalšej časti sme rozoberali environmentálnu certifikáciu udržateľnosti služieb cestovného ruchu, pričom podrobne sme špecifikovali formálne aj neformálne environmentálne manažérske systémy.

Pohľad na teoretické koncepcie a doterajší stav riešenia v oblasti udržateľnosti v sektore cestovného ruchu je východiskom pre určenie cieľov tejto bakalárskej práce. Primárnym cieľom bakalárskej práce je zhodnotiť a preveriť mieru princípov udržateľnosti vo vybranom podniku cestovného ruchu, a to na základe aplikovania environmentálnej certifikácie Green Globe a tým zistiť záujem vybraného podniku cestovného ruchu o environmentálnu certifikáciu a celkové ekologické správanie sa podniku.

V nadväznosti na vymedzený cieľ vychádzajú z neho nasledujúce čiastkové ciele:

1. Vypracovať otázky pre respondentov na základe analýzy certifikácie Green Globe.
2. Zoznámiť sa s vybraným podnikom cestovného ruchu a preskúmať jeho činnosť a aktivity z pohľadu udržateľnosti.
3. Analyzovať jednotlivé sekcie a kritériá certifikácie Green Globe vo vybranom podniku cestovného ruchu formou interview.
4. Zhodnotiť ekologické správanie sa podniku cestovného ruchu porovnaním systému environmentálnej certifikácie udržateľnosti služieb Green Globe.

## 4 Metodika práce a metódy skúmania

Pri vypracovaní bakalárskej práce sme pre získavanie a spracovanie danej problematiky využívali širokú škálu metód a techník. V prvom rade sme použili literárnu rešerš, kde sme vyhľadávali informácie o tematike udržateľnosti na základe rešeršovaného odkazu. Vyhľadané informácie tvoria komplexný súhrn východísk k danej téme a tiež nám poskytujú pohľad na danú problematiku v rámci súčasnej literatúry. Štúdiom vedeckých a odborných domácich a zahraničných literárnych a internetových zdrojov získavame ucelený pohľad o stave riešenej problematiky pre vypracovanie kapitoly 1 – Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Pri spracovávaní teoretickej časti bakalárskej práce využívame metódy deskripcie a obsahovej analýzy. Vychádzame z viacerých knižných zdrojov domácich autorov a odborných článkov zväčša od zahraničných autorov.

Pre analytickú časť sme si vybrali metódu výskumu formou interview, kde sme vysvetlili podstatu Green Globe certifikácie. Je to medzinárodný environmentálny štandard založený v roku 1992. Firmy s certifikáciou Green Globe preukazujú, že sa správajú ekologicky v súlade s environmentálnymi normami. Ešte na začiatku sme sa zoznámili s princípmi tejto certifikácie a následne sme pre respondentov pripravili otázky v súlade s hodnotami medzinárodnej certifikačnej organizácie. V úvode analyticko-aplikačnej časti predstavujeme podnik cestovného ruchu, ktorý prejavil záujem o spoluprácu. V ďalšej časti prezentujeme všetky štyri sektory a jednotlivé kritériá dané štandardom Green Globe. Rozhovor začíname vysvetlením, čo každý sektor a jednotlivé kritériá znamenajú. Analyzujeme jednotlivé ukazovatele, čo je dôležitým krokom pre pochopenie problému a následnú správnu odpoveď. Ďalej pokračujeme dopytom – formou otázok a odpovedí prechádzame jednotlivé sektory a v rámci nich aj kritériá, ktoré patria do danej oblasti. Odpoveďou manažment a zamestnanci podniku cestovného ruchu reagujú na položenú otázku. Porovnaním otázok a odpovedí zhodnotíme stav rovnakých alebo rôznych motívov, postojov, príp. názorov na určitý problém alebo situáciu. Pri riešení tejto problematiky využívame štandardných vedeckých metód ako sú komparácia a dedukcia. Komparáciu pri práci s literatúrou i štandardmi certifikácie a pri hodnotení získaných výstupov s daným stavom a dedukciu pri praktickom uplatnení teoretických poznatkov a overení reálneho priebehu rozvoja trvalej udržateľnosti v praxi podniku cestovného ruchu. Záverečná kapitola je zhodnotením získaných informácií, pri ktorých je použitá

metóda syntézy. Pri vypracovaní bakalárskej práce je rešpektovaná bibliografická a citačná norma.

## **5 Výsledky práce a diskusia**

### **5.1 Aplikovanie princípov udržateľnosti v podniku cestovného ruchu**

Pre analyticko-aplikačnú časť sme si vybrali k spolupráci hotel, ktorý sa nachádza v metropole Šariša. V prvom rade ďakujeme manažmentu a personálu hotela za ústretovosť a ochotu spolupracovať. Veľmi si vážime, že aj v tejto pre turizmus neistej situácii, si našli čas a chuť odpovedať na naše otázky a podieľali sa pri tvorbe tejto časti bakalárskej práce.

Ide o 4-hviezdičkový hotel nachádzajúci sa v blízkom centre mesta. Hotel má vynikajúcu polohu, umožňuje spoznávať rôznorodé pamiatky mesta, navštíviť kultúrne a cirkevné ustanovizne, športové podujatia i obchodné prevádzky. Nachádza sa v tichej časti mesta, preto je vhodný pre biznis klientelu, no medzi širokú škálu hostí hotela patria turisti jednotlivci, no i rodiny. Je preferovaný hlavne pri pobyte vo dvojici. V ponuke hotela je elegantné, moderné ubytovanie v jedno, dvoj a trojposteľových izbách ako aj v luxusných apartmánach s nadštandardnými službami. Hotel poskytuje ubytovacie služby v klimatizovaných priestoroch. Izby sú odhlučnené. Hotel má k dispozícii celkom 10 izieb a apartmánov, spolu s 22 lôžkami. Súčasťou vybavenia každej izby je pracovný stôl, televízor so satelitným prijímačom, pripojenie na internet, trezor, minibar, samostatná kúpeľňa s toaletou. Vo vlastnej kúpeľni sú k dispozícii podľa individuálneho rozhodnutia vaňa/sprcha, sušič vlasov a toaletné potreby. Hotelová recepcia je k dispozícii nepretržite, tým pádom hotel môže ponúknuť individuálny check-in/check-out. Návštevníci majú možnosť na požiadať o ubytovanie pre domácich miláčikov (psy, mačky). Pre návštevníkov je k dispozícii parkovisko priamo v areáli a pre imobilných návštevníkov bezbariérový prístup, lebo hotel ponúka aj izby/zariadenie pre telesne postihnutých návštevníkov.

Spoločnosť má v portfóliu okrem ubytovacích aj reštauračné služby. K dispozícii je reštaurácia, kaviareň a bar. V ponuke reštaurácie sú raňajky formou bufetu a možnosti večere. V čase koronakrízy jedlo pre hostí bolo podávané priamo na izby. Reštaurácia hotela má kapacitu 50 miest. Je možné využiť posedenie v exteriéri na slnečnej letnej

terase, ktorá poskytuje dostatok intimity a pohodlia. Pre súkromné osoby zariadenie poskytuje služby pri organizovaní rodinných osláv, životných jubileí, promócií, svadieb. Reštaurácia sa môže pochváliť vybranou medzinárodnou kuchyňou, slovenskou ale aj tradičnou regionálnou kuchyňou a kvalitnou vinotékou.

K ponúkaným službám hotela patrí aj wellness štúdio s relaxačno-oddychovými zariadeniami (sauna, infrakabína, vírivý bazén). V súčasnosti z dôvodu pandemickej situácie je wellness štúdio zatvorené. Hotel propaguje k prenájmu priestory (konferenčný salónik) s kapacitou do 25 osôb, kde môžu rôzne inštitúcie a skupiny organizovať školenia a prednášky, firemné dni, prezentácie výrobkov, pričom súbežne môžu požiadať o ubytovacie služby a podanie stravovania. K tomu je možnosť prenájmu potrebnej didaktickej techniky. K ostatným službám, ktoré hotel môže zabezpečiť za poplatok je letiskový transfer. Ďalšie služby ponúkané bez poplatku – služby žehlenia a za poplatok - služby čistiarne, pracovne. Upratovanie všetkých priestorov je momentálne zabezpečované prostredníctvom externej spoločnosti. Spoločnosti veľmi záleží na bezpečnosti v celom areáli. Bezpečnosť celej prevádzky je strážená 24 hodín denne kamerovým systémom v spoločných priestoroch i vonkajším kamerovým systémom.

Z vyššie uvedeného vyplýva, že najvýznamnejší podiel hotela na jeho aktivitách predstavujú *ubytovacie a reštauračné služby*, tak čo do objemu tržieb, ako aj do významu pre tento región. Manažment sa snaží o zvýšenie atraktivity hotela za účelom poskytovania ubytovacích a stravovacích služieb na vyššej úrovni. Taktiež vyvíja maximálne úsilie na to, aby si hotel udržal potrebný kvalitatívny štandard. Spoločnosť prezentuje, že sú vykonávané opatrenia, ktoré smerujú k zvýšeniu kvality poskytovaných služieb a k efektívnosti jednotlivých činností v hoteli, žiaľ iba v rámci finančných možností, nakoľko tržby podľa účtovných závierok z roka na rok klesajú. Spoločnosť využíva reklamy za účelom udržania zákazníkov a prilákania nových klientov.

Spoločnosť zamestnáva v priemere do 10 osôb v trvalom pracovnom pomere, väčšinu tvoria ženy. Ich zadelenie je v organizačnej štruktúre spoločnosti. Okrem toho v spoločnosti sezónne zamestnávajú pracovníkov na základe dohôd o vykonaní práce, dohôd o pracovnej činnosti a dohôd o brigádnickej práci študentov.

Manažéri spoločnosti - 1 prevádzkar, 1 office manažér

Ekonomický úsek - 1 ekonóm

Recepcia - 2 zamestnanci recepcie

Reštauračná prevádzka - 2 čašníci

Kuchyňa - 1 kuchár, 2 pomocné sily v kuchyni.

V súčasnom období klientmi hotela sú viac menej jednotlivci. Počas koronakrízy bol hotel zatvorený a aj po otvorení bolo v hoteli ubytovaných iba málo hostí. Ubytovaní sú iba hostia zo Slovenska, ojedinele z Českej republiky. Navyše v súvislosti so šíriacim sa vírusom COVID-19 koronakríza negatívne ovplyvnila aj hospodárenie spoločnosti. V súčasnosti sa situácia stále mení, prichádzajú nové vlny pandémie, dopad môže byť vážnejší ako sa očakávalo. Nikto nevie poskytnúť kvantitatívne odhady potenciálneho vplyvu súčasnej situácie na účtovnú jednotku.

### *5.1.1 Oboznámenie podniku cestovného ruchu s Green Globe certifikáciou*

Udržateľné postupy sú teraz široko chválené a podporované mnohými organizáciami v oblasti cestovného ruchu a pohostinstva na celom svete. Medzi najbežnejšie formy zelených hotelových praktík patria systémy odpadového hospodárstva, recyklačné postupy, systémy energetického manažmentu spolu so zelenými certifikáciami. Ekoznačenie hotelov na Slovensku patrí medzi novovznikajúce destinácie cestovného ruchu a málo hotelov má o tom dostatočné informácie. Certifikácia je dobrovoľným nástrojom. Podstupuje sa z dôvodu dosiahnutia vopred deklarovateľných parametrov produktov cestovného ruchu, činnosti alebo destinácie. Ide o formu overovania žiaduceho stavu alebo priebehu procesov. Certifikácia môže byť taktiež orientovaná na splnenie určitých kritérií alebo cieľov. Certifikácia sa stáva marketingovou výhodou zariadenia alebo produktu, ktoré má túto značku v držbe. Certifikáty udržateľnosti priťahujú špecifické cieľové skupiny návštevníkov, tzv. *zelených spotrebiteľov*, pre ktorých je certifikácia dôležitá z dôvodu ich lepšej orientácie sa na trhu. Značku zákazník spája s kvalitou a vyšším prospechom.

Na internetovej stránke oslovený hotel prezentuje, že zariadenie podniklo kroky, aby podporilo cestovanie, ktoré je udržateľnejšie a šetrnejšie k životnému prostrediu. Informuje o spôsoboch, akými ubytovanie podporuje udržateľnejšie a ekologickejšie cestovanie. Medzi hlavné úlohy, ktoré si organizácia stanovila, patria:

- minimalizácia odpadu, jeho recyklácia,
- hospodárne využívanie energií a ich úspora,
- hospodárenie so zdrojom vody,
- hospodárenie s odpadovou vodou,

- citlivé zachádzanie s nebezpečnými látkami,
- doprava,
- správne využívanie a hospodárenie s pôdou,
- zapojenie zamestnancov, turistov a návštevníkov do problematiky životného prostredia.

Manažmentu a zamestnancov hotela sme sa dopytovali na ich názor ohľadom aplikácie princípov trvalo udržateľného rozvoja v ich podniku cestovného ruchu. Pre posúdenie zásad udržateľnosti nami vybraného hotela sme si zvolili medzinárodný certifikát **Green Globe Standard**. V úvode sme vysvetlili, čoho sa sektor týka a taktiež sme respondentov uviedli do problému každej jednotlivéj témy, aby vedeli reagovať odpoveďou na danú otázku. Otázkami sme prešli jednotlivé sektory a kritériá, ktoré sme vpísali do zeleného okna a názor opýtaných vpísali do čierneho okna.

*Norma, ktorá je publikovaná na internetovej stránke spoločnosti Green Globe, obsahuje rôzne kritériá a ukazovatele, ktorými sa hodnotia štyri kľúčové sektory:*

- *manažment trvalo udržateľného rozvoja,*
- *sociálny a ekonomický sektor,*
- *kultúrne dedičstvo,*
- *životné prostredie.*

### ***Manažment trvalo udržateľného rozvoja***

*V tomto sektore je akcent postavený na kódex podnikateľského správania sa firmy, etický kódex a transparentnosť, princípy dobrej správy firmy, boj proti korupcií a podplácaniu, vzťahy s akcionármi, správanie sa voči zákazníkom, dodávateľom a investorom, na ochranu duševného vlastníctva, inovácie a udržateľnosť rastu a pod.*

#### ***1. Zaviesť systém riadenia udržateľnosti***

Cieľom kritéria je zistenie, či spoločnosť zaviedla systém riadenia dlhodobej udržateľnosti, ktorý je vhodný pre jej realitu a rozsah. Zohľadňuje environmentálne, socio-kultúrne, kvalitatívne, zdravotné a bezpečnostné otázky. Prvým krokom k prijatiu udržateľných obchodných praktík je vytvorenie systému riadenia udržateľnosti, ktorý zahŕňa transparentné, zdokumentované zásady a postupy, implementačné a

komunikačné plány. Primárnym účelom plánu riadenia udržateľnosti je viesť rozhodovanie, riadenie a každodenné operácie podniku udržateľným spôsobom.

***Disponuje Vaše ubytovacie zariadenie systémom riadenia udržateľnosti/ vlastníte certifikačnú známku ISO 14001, príp. registráciu v rámci schémy EMAS?***

Spoločnosť prezentuje, že sa snaží o podporu udržateľného cestovného ruchu, ktorý nenarušuje prírodné, kultúrne a sociálne prostredie. Doposiaľ sa zariadenie snažilo o posúdenie environmentálneho správania iba interným spôsobom, nevyužilo žiadny zo štandardizovaných nástrojov environmentálnych manažérskych systémov.

## ***2. Súlad s právnymi predpismi***

Medzinárodná a miestna legislatíva a predpisy riešia mnohé sociálne a environmentálne negatívne praktiky spojené s prevádzkou cestovného ruchu. Patria sem hlavné pracovné dohovory Medzinárodnej organizácie práce (ILO), ktoré sa týkajú slobody združovania, zákazu detskej práce, nútenej alebo viazanej práce, zákazu diskriminácie, zdravia a bezpečnosti, pracovného času a minimálnej mzdy. Toto kritérium nie je alternatívou vládnej regulácie a národnej pracovnej legislatívy, ale je skôr doplnkovým nástrojom, ktorý vyplní medzery pri uplatňovaní, dodržiavaní a presadzovaní kritickej sociálnej a environmentálnej ochrany.

***Má Vaše ubytovacie zariadenie vypracované interné smernice, ktoré sú v súlade s právnymi predpismi miestnej a medzinárodnej legislatívy a sú ich doplnkovými nástrojmi?***

Spoločnosť podniká v súlade so všetkými miestnymi právnymi predpismi (Živnostenský zákon, Obchodný zákonník, Občiansky zákonník, Zákonník práce, Zákon o zamestnanosti, Zákon o sociálnom poistení, Zákon o zdravotnom poistení) a taktiež v súlade so zákonmi, ktoré sa týkajú ochrany životného prostredia a uplatňovania environmentálnej politiky. Spoločnosť disponuje internými smernicami a normami ako sú Ubytovací poriadok, Prevádzkový poriadok, Pracovný poriadok a iné, ktoré má hotel má zverejnené na webovej stránke.

### **3. Školenie zamestnancov**

Všetci zamestnanci absolvujú pravidelné školenia týkajúce sa ich úlohy v riadení environmentálnych, socio-kultúrnych, zdravotných a bezpečnostných postupov. Školiaci program pre všetkých zamestnancov o aspektoch SMS umožní zamestnancom pochopiť obchodné ciele a zámery, prečo sú dôležité a ako môžu pozitívne prispieť k podnikovému úsiliu v každej zo svojich individuálnych rolí.

***Školí Vaše ubytovacie zariadenie pravidelne svojich zamestnancov aj v rámci SEM?***

Zariadenie svojich zamestnancov pravidelne školí v súlade s platnou legislatívou hlavne v nasledujúcich oblastiach: OP - Školenie ochrany pred požiarmi, HCCP - Systém analýzy rizika a stanovenie kritických bodov, BOZP – Bezpečnosť ochrany zdravia pri práci. Školenia vedúce k zvýšeniu environmentálnej angažovanosti zamestnanci doposiaľ neabsolvovali.

### **4. Spokojnosť zákazníkov**

Pri tomto kritériu sa meria spokojnosť zákazníkov a podľa potreby sa prijímajú nápravné opatrenia. Zákazník je stredobodom zážitku z cestovného ruchu. O ich uspokojenie by sa malo horlivo usilovať, aby sa podnietilo ďalšie cestovanie do cieľa

prostredníctvom spätných návštev a ústnej komunikácie. Zákazník navyše poskytuje jedinečný pohľad na prevádzku podniku, ktorý manažment a zamestnanci podniku nemusia byť schopní poskytnúť.

### ***Meria Vaše ubytovacie zariadenie spokojnosť zákazníkov?***

Spoločnosť sa veľmi zaujíma o hodnotenia zákazníkov, ich spokojnosť/ nespokojnosť vo všetkých oblastiach poskytovaných služieb (ubytovanie, stravovanie, personál, vybavenie, čistota, lokalita...). Zákazníci radi využívajú recenzie cez aplikácie spoločností (Booking, Agoda, Bluepillow, FindHotel...) prostredníctvom číselného hodnotenia spokojnosti od 1-10, prípadne použitím smajlíkov a emotikonov. Starší klienti majú možnosť a radi využívajú hodnotenie zápisom do Knihy podnetov a želaní.

### ***5. Presnosť propagačných materiálov***

Etika v marketingu diktuje, že všetky propagačné nástroje by mali poskytovať čestné vyjadrenie toho, aké služby podnik poskytuje. Okrem toho odrážajú zodpovedné a udržateľné stratégie, ktoré podnik vykonáva. Presné informácie zlepšujú spokojnosť zákazníkov tým, že zaisťujú splnenie očakávaní.

### ***Disponuje Vaše ubytovacie zariadenie propagačnými materiálmi a o akú formu ide?***

Ubytovacie zariadenie disponuje propagačnými materiálmi vo forme letákov a brožúr, ktoré sa nachádzajú na recepcii ubytovacieho zariadenia a vo vnútri každej hotelovej izby. Rovnako ubytovacie zariadenie má zriadenú webovú stránku, na ktorej sú uvedené propagačné informácie ohľadom každej poskytovanej služby spolu s fotografiami. Všetky formy propagácie disponujú pravdivosťou voči zákazníkom. Propagačné materiály sú presné a úplné a nesľubujú viac, ako môže firma dodať. Overenie týchto skutočností je možné prostredníctvom poskytnutých recenzií.

### ***6. Miestne územné plánovanie, projektovanie a výstavba***

*Návrh a konštrukcia – súlad s právnymi požiadavkami*

Pôda využívaná na budovy a prevádzky by sa mala získavať v súlade s právom a miestnou legislatívou. Prevádzky cestovného ruchu musia brať do úvahy zónové a plošné požiadavky, aby sa optimalizovali plány rozvoja komunity a zároveň sa minimalizoval dopad.

***Dodržiava/dodržalo Vaše ubytovacie zariadenie miestne zákony o získavaní pôdy a právach k pôde a miestne požiadavky na územné plánovanie a chránené oblasti alebo oblasti dedičstva?***

Investori sa riadili predpismi prijatými miestnymi úradmi, mali spracované štúdie o dopade tohto rozvojového projektu na životné prostredie a okolitú prírodu. Spoločnosť pred a počas výstavby ubytovacieho zariadenia dodržala miestne zákony o získavaní pôdy a právach k pôde a miestne požiadavky na územné plánovanie a chránené oblasti alebo oblasti dedičstva.

*Trvalo udržateľný návrh a výstavba budov a infraštruktúry – nové a existujúce budovy*

Vo fáze navrhovania a následne výstavby turistickej prevádzky, aby sa minimalizovali vplyvy na prírodné zdroje, majú byť použité vhodné lokálne nástroje a materiály a vhodné technológie. Dôležitým faktorom trvalo udržateľného dizajnu je aj zlepšenie estetických, kultúrnych, historických a prírodných hodnôt destinácie. Podniky musia tiež zabezpečiť univerzálny prístup k svojim zariadeniam a službám pre ľudí so špeciálnymi potrebami.

***Využila Vaša spoločnosť pri výstavbe zariadenia a infraštruktúry uvádzané lokálne nástroje, materiály, technológie a minimalizovala vplyvy na prírodné zdroje?***

Áno. Spoločnosť použila miestne vhodné princípy udržateľnej výstavby a dizajnu pri rešpektovaní prírodného a kultúrneho prostredia. Ubytovacie zariadenie zabezpečuje bezbariérový prístup do svojho zariadenia a dáva možnosť pobytu v zariadení aj hendikepovaným návštevníkom.

## **7. Poskytovanie informácií**

Vymedzenie prírodného a kultúrneho prostredia nie je dôležité len pre vzdelávanie návštevníkov a ochranu dedičstva, ale je kľúčovým faktorom pre kvalitný turistický zážitok, ktorý sa vyznačuje vysokou mierou spokojnosti. Poskytovanie informácií zákazníčkovi na vzdelávanie a informovanie o okolí je kľúčovým faktorom pre podniky cestovného ruchu.

***Poskytuje Vaše ubytovacie zariadenie návštevníkom relevantné informácie o prírodnom a kultúrnom prostredí?***

Zamestnanci sa snažia návštevníkom poskytovať informácie týkajúce sa prírodného prostredia, miestnej kultúry a kultúrneho dedičstva, ako aj vysvetlenie vhodného správania pri návšteve prírodných oblastí, živých kultúr a miest kultúrneho dedičstva, ak návštevníci prejavia o takéto informácie záujem a ak zamestnanci sú v danej oblasti fundovaní.

## **8. Komunikačná stratégia**

Dobre napísaná komunikačná stratégia má jasne komunikovať ciele organizácie a zámery, ktoré súvisia s environmentálnou, sociálno-kultúrnou a ekonomickou výkonnosťou podniku.

***Zaviedlo Vaše ubytovacie zariadenie komplexnú komunikačnú stratégiu na informovanie návštevníkov svojich udržateľných politikách, programoch a iniciatívach?***

Spoločnosť na svojej webovej stránke informuje potenciálnych návštevníkov o svojich udržateľných iniciatívach. Oznamuje to vo forme príspevkov preukazujúcich aplikáciu udržateľnejšieho správania pri recyklácii odpadu, šetreniu energiami, plytvaniu/neplytvaníu potravinami. Hostia majú možnosť odmietnutia každodenného upratovania. Spoločnosť oboznamuje o inštalácii LED žiaroviek, o dvojitom zasklení v hotelových izbách a ďalších programoch. Taktiež hostí pri príchode oboznámi so zavedenými environmentálnymi praktikami.

## 9. Zdravie a bezpečnosť

Miestna legislatíva a predpisy riešia mnohé zo zdravotných a bezpečnostných záväzkov spojených s prevádzkou cestovného ruchu. Zdravie a blaho všetkých zainteresovaných strán je prvoradou zodpovednosťou všetkých podnikov cestovného ruchu.

***Boli aj v súčasnosti sú vo Vašej prevádzke dodržiavané zdravotné a bezpečnostné záväzky?***

Spoločnosť zabezpečuje súlad so všetkými príslušnými opatreniami na ochranu zdravia a bezpečnosti, aby zabezpečila blaho svojich zákazníkov, zamestnancov a miestnej komunity. Počas ešte trvajúcej pandemickej situácie personál dodržiava bezpečnostné opatrenia vydané miestnymi úradmi. Bežne používané predmety ako jedálne lístky, časopisy, papiere alebo perá sú odstránené z dosahu. V ubytovacích jednotkách a spoločných priestoroch je k dispozícii dezinfekcia rúk. Bola zavedená pravidelná kontrola zdravotného stavu hostí a zavedené pravidlá fyzického odstupu. Používanie čistiacich prostriedkov účinných proti koronavírusu. Pranie obliečok, uterákov a ostatnej bielizne v súlade s pokynmi miestnych úradov. Vykonáva sa dezinfekcia izieb pred príchodom nových hostí a zapečatenie izieb po upratovaní až do príchodu nových hostí. V stravovacích priestoroch sa vyžaduje dodržiavanie pravidiel fyzického odstupu. Bolo prístupné k donáške jedla do ubytovacej jednotky. Dezinfekcia všetkých tanierov, príborov, pohárov a ďalšieho riadu.... Bezpečnosť celej prevádzky je strážená 24 hodín denne kamerovým systémom v spoločných priestoroch i vonkajším kamerovým systémom. Na chodbách sú na viditeľných miestach uložené hasiace prístroje a priestory sú opatrené detektormi dymu.

## ***Sociálny a ekonomický sektor***

*Sektor sa venuje starostlivosti o zdravie a bezpečnosť zamestnancov, komunikáciu, riadenie a rozvoj ľudských zdrojov, ochranu špeciálnych skupín zamestnancov, vyváženosť pracovného a osobného života zamestnancov, rovnosť príležitostí a zákaz diskriminácie, ľudské práva a pod.*

### ***1. Komunitný rozvoj***

Zisťujeme, či podnik aktívne podporuje iniciatívy v oblasti sociálneho rozvoja a rozvoja infraštruktúry, vrátane vzdelávania, zdravia a hygieny. Väzby na miestnu komunitu by mali prevýšiť zamestnanosť a ekonomický rast prostredníctvom rozvoja podnikania. Mali by sa pravidelne využívať príležitosti na poskytovanie zdrojov, vzdelávania, školenia, finančnej pomoci alebo vecnej podpory pre iniciatívy v súlade s prioritami komunity na zlepšenie miestnych životných podmienok, čím sa vytvorí podpora komunity pre operácie a vytvorí sa lepšia skúsenosť zákazníkov.

***Snaží sa Váš podnik aktívne podporovať iniciatívy v oblasti sociálneho rozvoja, infraštruktúry, vrátane vzdelávania, zdravia a hygieny?***

Spoločnosť sa snaží o podporu miestnej komunity. Ponúka vo svojich priestoroch možnosti organizácie pracovných obedov, súkromných osláv, priateľských aj romantických posedení, ktoré využívajú hlavne osoby v rámci mesta a regiónu. Taktiež má v ponuke prenájom priestorov pre firemné stretnutia, školenia i rôzne iné akcie. Ako už bolo uvedené spoločnosť svojich zamestnancov pravidelne školí v súlade s platnou legislatívou hlavne v oblastiach: OP - Školenie ochrany pred požiarmi, HCCP - Systém analýzy rizika a stanovenie kritických bodov, BOZP – Bezpečnosť ochrany zdravia pri práci...

## **2. Miestna zamestnanosť**

Prevádzka cestovného ruchu vytvára dlhodobý stabilný pracovný vzťah a zároveň posilňuje miestny charakter služieb a produktu cestovného ruchu.

***Zamestnáva Vaše ubytovacie zariadenie miestnych obyvateľov a to aj na riadiacich pozíciách?***

Podnik cestovného ruchu zamestnáva iba miestnych obyvateľov a obyvateľov z blízkeho okolia mesta, a to aj na riadiacich pozíciách. Spoločníci a konatelia spoločnosti sú taktiež miestni. Prejavujeme názor, že miestni obyvatelia by mali byť v spojení s aktivitami cestovného ruchu a mali by sa spravodlivo podieľať na hospodárskych, sociálnych a kultúrnych výhodách, ktoré prinášajú, hlavne v súvislosti s priamym aj nepriamym vytváraním pracovných miest.

## **3. Princíp „spravodlivého obchodu“**

Kritérium zisťuje, či podnik cestovného ruchu podporuje miestne podniky a poskytuje pracovné miesta a či je aktívne spojený so znížením ekologickej stopy v dôsledku menšieho množstva skleníkových plynov, ktoré sa spaľujú pri preprave tovaru. Zážitok návštevníka sa zlepší a miestne tovary a služby môžu podstatne znížiť náklady s menším počtom sprostredkovateľov a nákladov na dopravu.

***Snaží sa Váš podnik ponúkať malým a stredným miestnym podnikateľom prostriedky na vývoj a predaj udržateľných produktov, ktoré sú založené na prírode, histórii a kultúre oblasti (vrátane jedla a nápojov, remesiel, umeleckého umenia, poľnohospodárskych produktov atď.)?***

Spoločnosť sa snaží o podporu miestnej komunity nielen zamestnávaním miestnych obyvateľov, ale aj používaním tovarov a služieb vyrobených miestne alebo podľa princípov „spravodlivého obchodu“, čo má množstvo sociálnych, ekonomických a environmentálnych výhod. Výhodou je poskytovanie dopravných služieb, ktoré má spoločnosť vo svojom portfóliu. V oblasti prepravy tovarov do podniku CR si niekedy služby vykonáva aj sama, kedy tovary kupuje aj u prvovýrobcov.

#### **4. Podpora miestnych podnikateľov**

Programy, ktoré zákazníkov vystavujú miestnej kultúre a podporujú nákup miestnych remesiel, tovarov a služieb, pomáhajú zvyšovať pozitívny ekonomický prínos pre komunitu a zároveň vyvolávajú pocit hrdosti na kultúrne dedičstvo. Spolupráca s miestnymi malými podnikateľmi môže pomôcť rozšíriť ponuku produktov, čím sa zvýšia výdavky a dĺžka pobytu.

***Snaží sa Váš podnik o podporu miestneho malého a stredného podnikania? Poskytujete prostriedky na vývoj a predaj udržateľných produktov, ktoré sú založené na prírode, histórii a kultúre oblasti?***

Podnik sa snaží o podporu miestnej podnikateľskej komunity tým, že ponúka miestnym malým podnikateľom priestory pre prezentácie spojené s predajom udržateľných produktov, ktoré sú založené na prírode, histórii a kultúre oblasti. V priestoroch podniku sú umiestnené dočasné umelecké expozície, tým sa ožívujú a zachovávajú tradičné zvyky a remeslá. Ludovo-umelecké remeslá tvoria súčasť cestovného ruchu. V priestore recepcie je k predaju ponuka suvenírov z dielni umeleckých remeselníkov regiónu.

#### **5. Rešpekt k miestnym komunitám**

Podniky v cestovnom ruchu by si mali vypracovať plán na udržiavanie pravidelnej a otvorenej komunikácie s predstaviteľmi miestnej komunity, ktorý by mal byť v súlade s vypracovanými kódexmi správania pre turistické aktivity.

***Rešpektuje Vaše ubytovacie zariadenie miestne komunity - z hľadiska zachovania majetku a miestnych tradícií?***

Predstavitelia podniku CR si myslia, že rešpektujú miestne komunity. Riešenie lokálnych problémov má v rukách každý občan žijúci v danom mieste, regióne. Cieľom plánu by malo byť, akým spôsobom sa zapojiť do riešenia jednotlivých problémov, aby kvalita životného prostredia ako celku i kvalita života jednotlivca sa začali zlepšovať.

## **6. Vykorišťovanie**

Deti, dospelávajúci, ženy a menšiny sú obzvlášť zraniteľní voči zneužívajúcim pracovným praktikám vrátane sexuálneho vykorišťovania. Podniky v oblasti cestovného ruchu môžu zohrávať kľúčovú úlohu pri zabezpečovaní ochrany miestneho obyvateľstva v mieste určenia voči vykorišťovaniu daných skupín.

*Aký máte názor ohľadom vykorišťovania takýchto zraniteľných skupín?*

Podnik odmieta všetky takéto praktiky. Zneužívanie človeka v akejkoľvek podobe (dieťa, dospelávajúci, žena, menšina) je v rozpore s medzinárodným právom i národnou legislatívou a taktiež je v rozpore so základnými cieľmi turistického ruchu.

## **7. Spravodlivé zamestnávanie**

Kritérium sa týka rovnosti v pracovných náborových politikách, či podnik podporuje spravodlivé rozdelenie bohatstva a odstraňuje rozdiely v príjmoch podľa pohlavia a etnického pôvodu. Poukazuje na dodržiavanie medzinárodných smerníc týkajúcich sa zamestnávania detí, zabezpečuje ich vzdelanie, umožňuje im byť budúcimi produktívnymi členmi svojej komunity a zvyšuje kvalitu ich života.

*Je Vaše ubytovacie zariadenie spravodlivé voči zamestnávaniu žien a miestnych menšín, vrátane riadiacich pozícií a zároveň obmedzuje detskú prácu?*

Organizácia je spravodlivá pri zamestnávaní žien, vrátane riadiacich pozícií, a zároveň obmedzuje detskú prácu. Spoločnosť zamestnáva v priemere do 10 osôb v trvalom pracovnom pomere, väčšinu tvoria ženy. Ich zadelenie je v rámci organizačnej štruktúry spoločnosti (recepčné, pomocné sily v kuchyni, obsluha reštaurácie...). Menšiny ani deti spoločnosť v súčasnosti nezamestnáva.

## **8. Ochrana zamestnancov**

Ľudské a spravodlivé zaobchádzanie s pracovníkmi dáva dobrý obchodný zmysel, pretože vytvára stabilné pracovné vzťahy. Medzinárodné a národné predpisy stanovujú minimálny základ pre rešpektovanie práv pracovníkov.

***Rešpektuje Vaše ubytovacie zariadenie medzinárodnú alebo národnú právnu ochranu zamestnancov a zamestnancom sa vypláca aspoň životné minimum?***

Podnik cestovného ruchu rešpektuje národnú právnu ochranu zamestnancov (Zákonník práce, Zákon o minimálnej mzde) i sociálnu ochranu a zamestnancom sa vypláca mzda podľa zaradenia do pracovnej kategórie. V čase pandemickej situácie podnik využíval podporu ÚPSVaR v rámci projektu Prvá pomoc +, aby zachoval pracovné miesta, pretože v súčasnosti je veľmi ťažko hľadať kvalifikovaní a lojálni zamestnanci pre tento sektor.

## **9. Základné služby**

Podniky v oblasti cestovného ruchu môžu zmeniť, narušiť alebo zaťažiť komunitnú infraštruktúru a základné služby, čo nepriaznivo ovplyvní miestnych používateľov a komunity. Činnosť podniku neohrozuje poskytovanie základných služieb, ako je voda, energia alebo hygiena, susedným komunitám.

***Aký názor zastáva Vaše ubytovacie zariadenie ohľadom problematiky základných služieb?***

Predstavitelia podniku CR nevidia problém v tomto kritériu. Zastávajú názor, že činnosť podniku neohrozuje poskytovanie základných služieb susedom v rámci komunity.

### ***Kultúrne dedičstvo***

*Kultúrne a historické dedičstvo je dôležitou súčasťou atraktívnosti destinácie a malo by sa zachovať, aby sa z neho mohli tešiť budúce generácie. Je potrebné rešpektovať miestne kultúry a historické miesta. Podniky musia tiež chápať a aktívne sa snažiť minimalizovať vplyv na vybudované a prírodné prostredie spôsobený zvýšenou aktivitou návštevníkov.*

Predstavitelia podniku CR si myslia, že skúmanie tohto sektora je u nich bezpredmetné.

### ***Environmentálny sektor***

*Sektor v environmentálnej oblasti predstavuje environmentálnu politiku firmy, minimalizáciu environmentálnych vplyvov, znižovanie materiállovej a energetickej náročnosti procesov, odpadové hospodárstvo, environmentálne manažérske systémy riadenia procesov, ochranu zdrojov a pod.*

#### ***1. Šetrenie zdrojov***

##### *Zásady nákupu*

Ekonomický vplyv nákupu zo strany podnikania v cestovnom ruchu môže mať pozitívny vplyv tým, že podporí udržateľne vyrábané tovary a služby. Zodpovedný

nákup je účinným prostriedkom na zníženie negatívneho vplyvu na životné prostredie. Dá sa to dosiahnuť uprednostňovaním certifikovaných produktov šetrných k životnému prostrediu.

### ***Realizuje Vaše ubytovacie zariadenie tzv. „zodpovedné nákupy“?***

Manažment podniku cestovného ruchu kontroluje potrebu nákupu jednorazového a spotrebného tovaru a podnik aktívne hľadá spôsoby, ako znížiť jeho nadmerné použitie. Ubytovacie zariadenie uplatňuje postupy zamedzujúce plytvaniu potravinami - ako aj uvádza na svojej webovej stránke a aj plytvanie spotrebným materiálom.

## ***2. Spotrebný tovar***

Zodpovedná spotreba a časté monitorovanie odpadu môže pomôcť podnikom dosiahnuť úspory nákladov, ako aj minimalizovať vplyv vyprodukovaných tokov odpadu na životné prostredie.

### ***Uprednostňuje Vaše ubytovacie zariadenie produkty šetrné životnému prostrediu pre stavebné materiály, kapitálové tovary, potraviny a spotrebný materiál?***

Podnik cestovného ruchu sa zapája k danej problematike tým, že nakupuje hygienické a čistiace potreby značky Frosch, ktorá má označenie ekologicky šetrného výrobku Ecolabel. Podnik má s touto značkou dobré skúsenosti. Potraviny sa snaží nakupovať od regionálnych dodávateľov.

## ***3. Spotreba energie***

Spotreba energie je jednou z najškodlivejších činností na planéte s nepriaznivými vplyvmi, ktoré zhoršujú ovzdušie, vodu, kvalitu pôdy, ľudské a ekologické zdravie. Energetická efektívnosť prostredníctvom udržateľných technológií a efektívneho nakladania s odpadom je kľúčovou stratégiou na zníženie negatívneho vplyvu. Najväčšie environmentálne a finančné výhody súvisiace s obchodnou

činnosťou sa dosahujú častým monitorovaním účtov za energie, efektívnym školením a poskytovaním stimulov pre zamestnancov na implementáciu programov energetickej účinnosti a rutinnou preventívnou údržbou mechanických zariadení.

Ubytovacie zariadenie pravidelne monitoruje spotreby energií, pretože si uvedomuje, že touto cestou môže zariadenie znížiť svoje prevádzkové náklady. Zariadenie má na väčšine osvetlenia v ubytovaní použité energeticky úsporné LED žiarovky. Všetky okná v zariadení majú dvojité zasklenie. Izby sú klimatizované. Dochádza k regulácii vykurovania osadením monitorovacej jednotky teploty v spoločných priestoroch. Aspoň týmto malým krokom môže spoločnosť prispieť k trvalej udržateľnosti v cestovnom ruchu.

#### **4. Spotreba vody**

Voda je vzácny a v mnohých regiónoch čoraz vzácnejší zdroj, pričom mnohé krajiny čelia miernemu alebo vážnemu nedostatku vody. Očakáva sa, že so zmenou klímy sa bude zvyšovať celoročný alebo sezónny nedostatok vody. Celková spotreba vody by mala byť znížená na minimálnu možnú úroveň potrebnú pre adekvátnu prevádzku. Zníženie spotreby vody má pre podniky cestovného ruchu aj finančné a environmentálne výhody.

***Meria Vaše ubytovacie zariadenie spotrebu vody a prijíma opatrenia na zníženie jej celkovej spotreby?***

Ubytovacie zariadenie pravidelne kontroluje výšku spotreby vody, pretože vie, že využívanie vody je zásadným problémom pre udržateľnosť cestovného ruchu. Dáva svojim klientom možnosť prispieť k udržateľnejšiemu a ekologickejšiemu cestovaniu tým, že môžu odmietnuť každodenné upratovanie. Tým dochádza k šetreniu vody, energií aj čistiacich a hygienických prostriedkov to má vplyv na zníženie prevádzkových nákladov spoločnosti.

## 5. Zníženie znečistenia

### *Skleníkový plyn*

Hlavné emisie z podnikania v cestovnom ruchu pochádzajú z dopravy, vykurovania, chladenia, spotreby elektriny a emisií metánu z odpadových vôd a organického odpadu. Okrem leteckej dopravy možno väčšinu týchto emisií priamo znížiť opatreniami zo strany podniku. Správne postupy riadenia emisií pomôžu znížiť globálne otepľovanie, podpora energetickú nezávislosť od zahraničných neobnoviteľných zdrojov a môžu podstatne znížiť prevádzkové náklady.

***Meria Vaše ubytovacie zariadenie a implementuje postupy na zníženie emisií skleníkových plynov zo všetkých zdrojov a kompenzáciu ako spôsob minimalizácie zmeny klímy?***

Ubytovacie zariadenie zastáva názor, že čisté životné prostredie je základným predpokladom pre ľudské zdravie a blahobyt. V meste, kde sa podnik nachádza, je často cítiť znečistené ovzdušie a hluk z priemyselných podnikov, čo predstavuje najväčšie environmentálne riziko pre ľudské zdravie. Tieto faktory ubytovacie zariadenie nemôže ovplyvniť, no snaží sa v rámci svojich možností, ako už bolo uvedené vyššie, aspoň svojou troškou prispieť k zníženiu emisií. V areáli hotela sa nachádzajú zelené plochy s drevinami a kvetmi. Návštevníci hotela majú možnosť prenájmu bicyklov cez partnerskú organizáciu a hotel disponuje viacerými stojanmi na bicykle, kde si ich môžu pohodlne odložiť.

### *Odpadová voda*

Nakladanie s odpadovými vodami znižuje znečistenie vôd, chráni vodné ekosystémy a znižuje riziká pre ľudské zdravie. Opätovné použitie odpadovej vody zvyšuje dostupnosť pitnej vody pre ľudskú spotrebu ako aj znižuje náklady podniku na kanalizáciu a čistenie.

### ***Využíva Vaše ubytovacie zariadenie opätovne odpadovú vodu?***

Ubytovacie zariadenie využíva odpadovú vodu na polievanie vonkajších drevín a kvetov. Ide o odpadovú vodu, ktorú zachytáva do pripravených sudov počas dažďa.

#### *Plán odpadového hospodárstva*

Odpad sa stal hlavnou znečisťujúcou látkou ovplyvňujúcou environmentálne aspekty (degradácia pôdy, kvalita vody), ako aj sociálno-ekonomické faktory, akými sú zdravie a verejné skládky. Zníženie potenciálnych tokov odpadu, opätovné použitie toho, čomu sa nedá vyhnúť, a recyklácia toho, čo nie je opätovne použiteľné, je kritickým faktorom v operáciách udržateľného cestovného ruchu. Minimalizácia množstva tuhého odpadu, ktorý ide na skládky a do spaľovní, pomáha znižovať negatívne vplyvy na životné prostredie. Okrem toho minimalizácia odpadu znižuje potrebu prvotných materiálov a obmedzuje množstvo skleníkových plynov, ktoré sa uvoľňujú počas životného cyklu.

***Snaží sa Vaše ubytovacie zariadenie o minimalizáciu odpadu, ktorý sa opätovne nepoužíva ani nerecykluje. Disponujete komplexnou stratégiou opätovného použitia na zníženie odpadu na skládky. Recyklujete vo Vašom zariadení z dôvodu zníženia odpadu?***

Ubytovacie zariadenie má vypracovaný interný plán odpadového hospodárstva, v ktorom sa kladie dôraz na zníženie tokov odpadu, opätovné použitie materiálu a recykláciu odpadov v súlade s princípmi ochrany životného prostredia a trvalej udržateľnosti. V prvom rade ide o minimalizáciu množstva tuhého odpadu a jeho triedenie do špeciálnych nádob na to určených. Na túto možnosť sú upozornení pri príchode do zariadenia aj návštevníci. Následne TS vyvezú odpad k recyklácii.

#### ***6. Škodlivé látky***

Chemikálie a iné neorganické materiály prenikajú do prostredia počas aplikácie a skladovania prostredníctvom vyparovania, stekania, rozliatia, netesností a nadmernej aplikácie. Takéto praktiky vedú k znečisteniu ovzdušia, pôdy a vody, nepriaznivo ovplyvňujú miestne životné prostredie, poškodzujú flóru a faunu, kontaminujú zásoby vody pre miestne komunity a spôsobujú vážne zdravotné problémy. Zneužívanie a nesprávne zaobchádzanie s potenciálne toxickými látkami vytvára ďalšie hrozby pre životné prostredie a ľudské zdravie. Existuje mnoho „prírodných“ náhrad, ktoré nielenže menej ovplyvňujú životné prostredie a ľudské zdravie, ale sú často lacnejšie.

***Používa Vaše ubytovacie zariadenie škodlivé látky vrátane pesticídov, farieb, dezinfekčných prostriedkov a čistiacich prostriedkov?***

Podnik cestovného ruchu používa v prípade potreby farby, dezinfekčné prostriedky, čistiace a hygienické prostriedky bežne dostupné v obchodnej sieti a manažment si nie je vedomý toho, žeby používaním týchto prostriedkov a farieb poškodzoval životné prostredie alebo poškodzoval zdravie klientov.

### ***7. Iné znečisťujúce látky***

Znečistenie životného prostredia môže nastať z viacerých zdrojov a môže mať dlhodobé škodlivé účinky na miestne ekosystémy a ľudskú populáciu. Podnik by mal pravidelne vykonávať audity na mieste s cieľom identifikovať zdroje potenciálneho znečistenia a zároveň vzdelávať zamestnancov a umožniť im identifikovať potenciálne znečistenie počas každodenných činností.

***Implementuje Vaše ubytovacie zariadenie postupy na zníženie znečistenia hlukom, svetlom, stekáním, eróziou, zlúčeninami poškodzujúcimi ozónovú vrstvu a kontaminantmi ovzdušia a pôdy?***

Spoločnosť sa v rámci svojich možností snaží kontrolovať uvedené indikátory, hlavne čo sa týka hluku v mestskom prostredí.

### ***8. Ochrana biodiverzity, ekosystémov a krajiny***

*Druhy voľne žijúcich živočíchov*

Voľne žijúce druhy sa zbierajú z voľnej prírody, konzumujú, vystavujú, predávajú alebo sa s nimi medzinárodne obchoduje ako súčasť regulovanej činnosti, ktorá zaisťuje udržateľnosť ich využívania.

#### *Divoká zver v zajatí*

Žiadna zver chovaná v zajatí nie je držaná, s výnimkou riadne regulovaných činností a živé exempláre chránených druhov voľne žijúcich živočíchov sú držané len osobami oprávnenými a vhodne vybavenými na ich umiestnenie a starostlivosť o ne.

#### *Terénne úpravy*

Pôvodná flóra je prispôsobená miestnym podmienkam, čím sa znižuje potreba zavlažovania a chemikálií. Charakter prírodného prostredia možno zachovať využívaním udržateľných techník krajinného dizajnu, ktoré zahŕňajú miestnu flóru. Nemiestne druhy, ktoré sa používajú, by sa mali kontrolovať, aby sa zabránilo zavlečeniu potenciálne invázných rastlín a živočíchov, ktoré majú negatívny vplyv na biodiverzitu a miestne ekosystémy. Podnik využíva pôvodné druhy na úpravu a obnovu krajiny a prijíma opatrenia na zabránenie zavlečeniu invázných cudzích druhov.

#### *Ochrana biodiverzity*

Turistické aktivity mimo mestských oblastí vo všeobecnosti priamo alebo nepriamo závisia od prírodných zdrojov. Dokonca aj ľudia v mestských oblastiach môžu byť prínosom pre svoju spoločnosť nepriamou podporou prírodných oblastí alebo mestských parkov vo svojej krajine.

#### *Interakcie s voľne žijúcimi zvieratami*

Interakcie s voľne žijúcimi zvieratami nesmú mať nepriaznivé účinky na životaschopnosť populácií vo voľnej prírode; a akékoľvek narušenie prirodzených ekosystémov je minimalizované, rehabilitované a existuje kompenzačný príspevok k manažmentu ochrany.

*Týka sa niektoré z týchto kritérií Vášho podniku cestovného ruchu? Je Vaše ubytovacie zariadenie vystavené interakciou s voľne žijúcimi živočíchmi? Snaží sa vaše ubytovacie zariadenie prispievať k podpore zachovania biodiverzity, vrátane podpory prírodných chránených území a oblastí s vysokou biodiverzitou?*

Turistické aktivity mimo mestských oblastí často vzájomne pôsobia s rastlinami a zvieratami vo voľnej prírode. Tieto aktivity sa v rámci vybraného podniku cestovného ruchu nevyskytujú, pretože ide o zariadenie, ktoré sa nachádza v mestskej zástavbe.

Na konci nášho interview si môžeme zhodnotiť výhody certifikácie Green Globe, kedy firmy ktoré sú certifikované touto normou, získavajú oproti konkurencii viaceré výhody. V prvom rade ide o zvýšenú reputáciu spoločnosti spojenú so záväzkom voči miestnym komunitám a životnému prostrediu. Vďaka vyššej efektívnosti využitia vody a energií dochádza v úspore nákladov. V spoločnosti vďaka pravidelnému preverovaniu operácií a procesov dochádza k lepšiemu riadeniu rizík. Je tu možnosť zaradenia spoločnosti na celosvetové webové stránky, čo sa stáva marketingovou výhodou. Ako vychádza z vykonaných štúdií – zákazníci prezentujú, že boli spokojnejší s vedomím, že využívali služby „zelenej“ spoločnosti. Spoločnosti certifikované jedným z najlepších environmentálnych štandardov môžu očakávať zvýšený rast počtu zákazníkov a certifikáciou certifikované spoločnosti pomáhajú pri ochrane životného prostredia.

*Po objasnení problematiky trvalej udržateľnosti v sektore cestovného ruchu mal by Váš podnik záujem o certifikačný systém a získanie certifikátu „Udržateľný podnik cestovného ruchu“?*

V súčasnosti sa očakáva od organizácií, že sa podrobia procedúre certifikácie, po ktorej bude môcť každá spoločnosť objektívne preukázať, že funguje ekologicky. Podnik cestovného ruchu svojim vlastným environmentálnym prehlásením na webovej stránke poukazuje, akým spôsobom ovplyvňuje životné prostredie a udržateľné chovanie. Spoločnosť to berie ako svoju propagáciu a jej predstavitelia si myslia, že v rámci svojej podnikateľskej činnosti nepoškodzujú životné prostredie ani jeho zložky nad mieru stanovenú platnými právnymi predpismi a taktiež podľa technických a finančných možností dodržujú zásady šetrnosti voči životnému prostrediu. Areál hotela je obklopený zelenými plochami. Všetky priestory prezentujú ako nefajčiarske. Snažia sa šetrne hospodáriť s vodou a energiami, k čomu vyzývajú aj klientov. Na väčšinu osvetlenia v ubytovaní sú použité energeticky úsporné LED žiarovky a všetky okná majú dvojité zasklenie. Minimalizujú odpad a obaly, triedia ich, čím ich pripravujú k recyklácii. V reštaurácii požívajú postupy, aby zamedzili plytvaniu s potravinami, pričom väčšina potravín pochádza z miestnych zdrojov. Predstavitelia spoločnosti si uvedomujú, že certifikácia je marketingovou výhodou voči konkurencii a môže pritiahnúť väčšie množstvo návštevníkov, ktorí na trhu preferujú kritériá spojené s trvalou udržateľnosťou. No na druhej strane si nie sú istí, či by úspešne prešli všetkými sektormi a kritériami, ktoré certifikačný systém prináša. Odpoveď na záverečnú otázku je **ÁNO** – spoločnosť by mala v budúcnosti záujem o certifikát „*Udržateľný podnik cestovného ruchu*“.

## 5.2 Návrhy udržateľnejšieho správania podniku cestovného ruchu

V súlade s vymedzeným cieľom práce sme priblížili pohľad na problematiku aplikácie princípov udržateľnosti v praxi podniku cestovného ruchu. V prvom rade sme analyzovali globálnu certifikačnú schému Green Globe a pripravili pre respondentov otázky, ktoré radom prechádzali jednotlivé sektory a kritériá. Vybrali sme si podnik cestovného ruchu (hotel) z regiónu Šariša, ktorý sme oslovili pre spoluprácu. Bolo veľmi komplikované v súčasnej pandemickej situácii prehovoriť podniky cestovného ruchu k spolupráci, preto

chcem ešte raz poďakovať všetkým zainteresovaným zamestnancom hotela, že naše interview neodmietli.

V úvode je prezentovaný hotel, jeho činnosť a aktivity. Následne nám manažment a personál osloveného hotela odpovedal na pripravené otázky v štyroch oblastiach v súlade s certifikačnou normou – Manažment udržateľného rozvoja, kde bol dôraz postavený na kódex podnikateľského správania sa firmy, etický kódex a transparentnosť, správanie sa voči zákazníkom a dodávateľom. Druhou oblasťou bol Sociálny a ekonomický sektor, ktorý sa venoval starostlivosti o zdravie a bezpečnosť zamestnancov, komunikáciu, riadenie a rozvoj ľudských zdrojov, ochrane špeciálnych skupín zamestnancov, ale aj spolupráci s miestnymi komunitami. Tretí sektor s názvom Kultúrne dedičstvo poukazoval na to, že je potrebné rešpektovať miestne kultúry a historické miesta, aby boli zachované pre budúce generácie. Posledná štvrtá časť bola venovaná Environmentálnej oblasti, kde bola predstavená environmentálna politika firmy. Podnik cestovného ruchu zaujal postoj k otázkam minimalizácie environmentálnych vplyvov, znižovaniu materiálnej a energetickej náročnosti procesov, odpadovému hospodárstvu, ochrane zdrojov či ochrane biodiverzity, ekosystémov a krajiny.

Podnik cestovného ruchu svojim vlastným environmentálnym prehlásením poukázal na to, že udržateľné správanie sa zaistuje pre firmu budúci profit. Predstavitelia spoločnosti si uvedomujú, že certifikácia je marketingovou výhodou voči konkurencii a môže pritiahnúť väčšie množstvo návštevníkov, ktorí na trhu preferujú kritériá spojené s trvalou udržateľnosťou. Spoločnosť to, že sa správa udržateľným spôsobom, berie ako svoju propagáciu a jej predstavitelia si myslia, že v rámci svojej podnikateľskej činnosti nepoškodzujú životné prostredie ani jeho zložky nad mieru stanovenú platnými právnymi predpismi a taktiež podľa technických a finančných možností dodržia zásady šetrnosti voči životnému prostrediu.

Hlavným cieľom bakalárskej práce bolo zhodnotiť a preveriť mieru princípov udržateľnosti vo vybranom podniku cestovného ruchu, a to na základe aplikovania environmentálnej certifikácie Green Globe a tým zistiť tým záujem vybraného podniku cestovného ruchu o environmentálnu certifikáciu a celkové ekologické správanie sa podniku cestovného ruchu. Nadväzujúcim cieľom bakalárskej práce bola odpoveď na otázku, či oslovený podnik cestovného ruchu by mal záujem o získanie certifikátu

**„Udržateľný podnik cestovného ruchu“.** Odpoveď podniku cestovného ruchu na záverečnú otázku bola *ÁNO – mali by sme záujem o certifikáciu.*

Po zodpovedaní všetkých otázok v daných oblastiach a zoznámením sa s ich kritériami si predstavitelia spoločnosti neboli istí, či by úspešne prešli všetkými sektormi a kritériami, ktoré certifikačný systém prináša. Z nášho pohľadu si myslíme, že ubytovacie zariadenie dostatočne uplatňuje princípy udržateľnosti, avšak existuje mnoho možností, ktoré môže podniku cestovného ruchu napomôcť pri zodpovednejšom sa správaní voči životnému prostrediu.

Ubytovacie zariadenia sú závislé od úspešnej finančnej výkonnosti, dopytu a minimálnych nákladov na prežitie. Koncept udržateľnosti je pre verejnosť čoraz viac atraktívnejší v segmente cestovného ruchu a predstavuje rozhodujúci faktor úspechu. Ubytovacie zariadenia, ktoré podporujú udržateľné praktiky zaznamenávajú nárast v ich ziskovosti, opakovaných návštevnostiach, pozitívnych recenziách a odporúčaniach od ubytovaných hostí. Pre hotel začínajúci s udržateľnými praktikami sú počiatočné finančné náklady omnoho väčšie avšak tieto praktiky vedú k značným konečným finančným úsporám. Z nášho pohľadu si myslíme, že existujú možnosti, ktoré napomáhajú zvýšeniu uplatňovania udržateľnejších postupov ubytovacích zariadení bez ich nadmerných počiatočných finančných zásahov. Z tohto dôvodu sme vymysleli návrhy, ktoré môžu nami vybranému ubytovaciemu zariadeniu napomôcť zvýšiť jeho konkurencieschopnosť.

Vybranému podniku cestovného ruchu navrhujeme zaviesť program environmentálneho vzdelávania pre zamestnancov. Tento program bude určený na vzdelávanie a osvojenie si návykov zodpovedného správania k životnému prostrediu, kde jeho hlavnou činnosťou by bolo viesť (cez dobre vyškolených zamestnancov podniku) ubytovaných hostí k udržateľnejším praktikám a redukovaniu nezodpovedného správania. V prvom rade by sa mal podnik zamerať na plán odpadového hospodárstva. Dôkladná separácia a následná recyklácia je najúčinnnejším spôsobom redukcie odpadu, z tohto dôvodu je rozhodujúce zaviesť pre podnik cestovného ruchu v každej hotelovej izbe recyklačné koše s farebným označením pre správnu separáciu, no primárne dôkladnejšie separovať vo vnútri podniku, t.j. klásť dôraz na dôkladnú separáciu odpadu u zamestnancov. V druhom rade dôsledná kontrola spotreby energií a upozorňovať klientov na šetrenie energiami a to aj

cez vedenie hostí k udržateľným praktikám ako sú vypínanie kohútika pri umývaní, opätovné použitie uterákov po sprchovaní, využívanie duálneho módu splachovania na toaletách. Zamestnanci by mali upozorňovať zákazníkov na nižšiu spotrebu hygienických a kozmetických produktov, neplytvat' nimi a obstarávať a poskytovať produkty s čistým prírodným zložením. Podnik spotrebnými nákupmi môže postupne vymeniť svietidlá a nahradiť ich svietidlami so senzorom snímania pohybu na chodbách v izbách aj na spoločných chodbách zariadenia. Postupne nainštalovať úsporné batérie sprchových hlavíc a energeticky úsporné žiarovky a spotrebiče ešte vyššej úspornej energetickej triedy. Časom by podnik mohol zainvestovať aj do inštalácie nízkoenergetického osvetlenia, čo by výrazne prinieslo finančne úspory do budúcnosti. Ako dobrý nápad sa môže javiť kúpa kompostérov na biologicky rozložiteľný odpad – zvyšky pri čistení zeleniny, ovocia, opadané lístie, vetvičky stromov..., ktoré po čase môžu slúžiť ako prírodné bezplatné hnojivo pod záhonové kvety a kry. Kúpou väčšieho množstva nádob alebo väčšieho kontajnera na zber dažďovej vody na polievanie vonkajších rastlín môže dôjsť k šetreniu vody z verejného vodovodu.

Z nášho pohľadu je podstatné spolupracovať a združovať sa s ubytovacími zariadeniami s totožnou víziou, aby si podniky navzájom mohli týmto odovzdávať svoje skúsenosti a praktiky. Sociálne siete slúžia v súčasnej dobe ako jeden z najpodstatnejších prostriedkov spojenia podnikov cestovného ruchu, návštevníkov, rezidentov i regiónov. Slúžia aj ako marketingová propagácia, ktorá má možnosť ovplyvniť a inšpirovať veľké množstvo ľudí a zmeniť tak ich pohľad a správanie výmenou skúseností s poskytovateľmi služieb a ich prezentáciu naprieč jednotlivými regiónmi. Myslíme si, že oslovený podnik cestovného ruchu by mal ešte výraznejšie na sociálnych sieťach prezentovať svoj postoj v environmentálnej oblasti. Ubytovacie zariadenie by malo svoje praktiky zverejňovať na sociálnych sieťach a stránke hotela formou príspevkov, v ktorých by poukázalo na poskytované služby, s akcentom, ktoré mu poskytuje celkovú konkurenčnú výhodu a to sú - spokojnosť zákazníka, dobré meno a imidž hotela, ale hlavne poukázať na ekologický program zariadenia, ktoré súvisí s udržateľnejším správaním. Spokojnosť zákazníka so službami spôsobí jeho opätovnú návštevu zariadenia a regiónu, z čoho budú mať všetci zúčastnení iba prospech.

## Záver

Cestovný ruch významne prispieva k životnej úrovni miestneho obyvateľstva, zhodnocuje neperspektívne územia z hľadiska ekonomického rozvoja, vytvára pracovné príležitosti atď. No má aj negatívne dôsledky – devastuje kultúru a prírodu, prehĺbuje sociálne rozdiely, ničí tradície... V súčasnosti cestovný ruch patrí medzi odvetvia ekonomiky najviac zasiahnuté situáciou spôsobenou šírením ochorenia COVID-19. Je možné konštatovať, že koronakríza dopadá na sektor cestovného ruchu najviac zo všetkých oblastí národného, ale aj svetového hospodárstva. Všetky krajiny sveta zaviedli postupne v reakcii na pandémiu koronavírusu reštriktívne opatrenia. Obmedzili cestovanie, zaviedli karanténu alebo úplný lockdown. Rozsiahle obmedzenia cestovania na domácej i medzinárodnej úrovni zásadne ovplyvnili súhrn návštevnosti. Následne došlo k absolútnemu výpadku prenocovaní počas obdobia, kedy boli ubytovacie zariadenia povinne zatvorené. V hoteloch, penziónoch a v ďalších ubytovacích zariadeniach došlo počas obdobia pandémie k poklesu spotreby služieb skoro o 60 %. Návštevnosť tvorili najmä domáci turisti, pričom obmedzenia pohybu občanov spôsobili aj výrazný pokles počtu prenocovaní domácich návštevníkov. Došlo k poklesu zamestnanosti v ubytovacích, stravovacích službách a ďalších službách cestovného ruchu. Negatívne dopady tohto poklesu výkonov a tržieb sa začali prejavovať aj v dodávateľských reťazcoch, a to predovšetkým v oblasti výrobcov potravín a nápojov, dodávky ďalších tovarov a služieb.

Pandémia zmenila preferencie spotrebiteľov a ľudia dnes viac žiadajú ekologickejšie spôsoby trávenia dovolenky, kde môžu byť bližšie k prírode. Preferujú udržateľný cestovný ruch, ktorý vytvára súlad medzi prírodným, socio-ekonomickým a kultúrnym prostredím a vyznačuje sa starostlivým manažmentom krajiny a manažmentom cestovného ruchu. Prírodný turizmus nemá negatívne dopady na životné prostredie, neničí prírodu a krajinu a nedevastuje ju. Z pohľadu návštevníka ide o regeneráciu jeho psychických a fyzických síl, pričom získava komplexný zážitok. Vlády sa snažia podať konkrétne plány na vytvorenie udržateľných spôsobov turizmu a zníženie negatívnych environmentálnych dopadov tohto sektora.

Hotelový priemysel je dôležitý pre svetovú ekonomiku, pretože prispieva k hospodárskemu a sociálnemu rozvoju. Na rozvoj svojich aktivít, procesov a služieb však hotely vytvárajú environmentálne dopady, ktoré môžu prispieť ku globálnemu otepľovaniu a vyčerpaniu prírodných zdrojov.

Tento priemysel je hlavným prispievateľom k environmentálnym problémom, pretože spotrebúva značné množstvo prírodných zdrojov, ako je energia, voda a iné neobnoviteľné zdroje. Udržateľné postupy sa v súčasnosti považujú za jeden zo základných faktorov pri rozhodovaní zákazníkov o výbere hotela a môžu pomôcť podnikom a zainteresovaným stranám pri eliminácii neudržateľných rozhodnutí s cieľom chrániť životné prostredie.

Udržateľná výroba a spotreba je cesta, pomocou ktorej môžeme účinnejšie využívať prírodné zdroje a súčasne znižovať významné dopady na životné prostredie. Podstatou je uprednostňovať používanie takých produktov, ktoré v čo najmenšej miere poškodzujú životné prostredie. Spotrebiteľia v podnikoch cestovného ruchu už neakceptujú len programy opätovného použitia bielizne a uterákov za dostatočne udržateľné postupy v koncepte „zeleného“ hotela. Klienti očakávajú a požadujú od hotelov viac, a to čo najefektívnejšie využívanie energií, správne rozčlenenie odpadu, konzerváciu vody a aby ich praktiky boli čoraz viac sociálno-environmentálne zodpovedné. S vedomím toho, kde sú preferencie spotrebiteľov a ich hodnoty, môžu podniky cestovného ruchu vyvinúť potrebné marketingové stratégie na zvýšenie spokojnosti, lojality a udržania si zákazníkov, čím sa posilní ich konkurenčná výhoda. Úroveň spokojnosti turistov s pobytom v destinácii nezávisí iba na ich skúsenostiach s konkrétnymi službami, ale tiež od iných nehmotných faktorov – pohostinnosť, istota a pocit bezpečia, čistota. To zdôrazňuje potrebu integrovaného prístupu k manažmentu kvality turistických destinácií.

Existujú prístupy, ktoré zaisťujú, symbolizujú a určujú kvalitu v cestovnom ruchu. Môže ísť o klasifikáciu zariadení cestovného ruchu (kategória, trieda, hviezdička), obchodnú alebo destinačnú značku (Brand), značku kvality (Quality labels) alebo certifikáciu. Certifikačné systémy sú založené na forme externého auditu podniku. Firmy certifikované napr. globálnou certifikačnou schémou Green Globe získavajú viaceré výhody oproti konkurencii – dobré meno, dôveryhodnosť a imidž, úsporu nákladov, lepšie riadenie rizík, marketing, spokojnosť zákazníkov, konkurenčnú výhodu aj ekologickosť.

Nie každý podnik cestovného ruchu, ktorý návštevníci ohodnotia ako poskytovateľa kvalitných služieb, tým že sa o. i. správa udržateľne, sa musí prezentovať certifikátom alebo ekoznačkou udržateľnosti. Myslíme si, že udržateľné chovanie nemusí byť žiadnym zložitým systémom, ktorý by bol náročný na riadenie a prevádzku. Ide o postupné zavedenie jednoduchých a logických pravidiel, bez potreby veľkých investícií, ktoré môžu podnikom cestovného ruchu znížiť náklady a malými krokmi ich priblížiť k udržateľnosti.

## Zoznam použitej literatúry

1. BEDNÁROVÁ, Ludmila. *Manažment trvalo udržateľného cestovného ruchu*. [online]. 2012. Prešov: Fakulta Manažmentu PU. [cit 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Kotulic14/subor/3.pdf>
2. CALABRÒ, Grazia - VIERI, Simone. *The Role of EU - Ecolabel and EMAS as Tool for the Socially Responsible Management in the Context of the Italian Tourism*. Bucharest: Romanian Society for Quality Assurance, 2020. 135 - 139 s. ISSN 15822559.
3. CEMBRUCH-NOWAKOWSKI, Mariusz. *Labels and Certificates for Green Hotels* In *Rocznik Ochrona Środowiska*. Cracow: Pedagogical University of Cracow, 2020. 308 - 323 s. ISSN 1506-218X.
4. CEMS - Certifikácia systému environmentálneho manažérstva podľa normy ISO 14001. [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://www.cems.sk/produkt/17-certifikacia-systemu-environmentalneho-manazerstva-podla-normy-iso-14001>
5. DUBSKÁ, Michala. *Kultúrny cestovný ruch a princípy trvalo udržateľného rozvoja* In *Kontexty kultúry a turizmu*. Nitra: FF UKF v Nitre. [online]. 2010. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://kmkt.sk/kontexty/kulturny-cestovny-ruch-a-principy-trvalo-udrzatelneho-rozvoja/>
6. EDGELL, David L., Sr. *Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future*. 3. vyd. Routledge, 2019. 304 s. ISBN 978-0-367-33138-2.
7. Enviroportál. Informačný portál rezortu MŽP SR [online]. 2021 [cit 2021-12-16]. Dostupné na: <http://www.enviroportal.sk/environmentalne-temy/starostlivost-o-zp>
8. EMAS a cestovný ruch. [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://www.emas.sk/wp-content/uploads/2019/06/EMAS-v-cestovnom-ruchu-002.pdf>
9. European Commission. Environment [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>
10. Európska environmentálna agentúra. [online]. [cit. 2022-02-14]. Dostupné na: <https://www.eea.europa.eu/sk/themes/human/intro>
11. Foundation for Environmental Education. The Green Key [online]. Denmark, 2021 [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://www.greenkey.global/our-programme>

12. GAJDOŠÍKOVÁ, Zuzana. *Udržateľný rozvoj cestovného ruchu v horských strediskách*. Prvé vydanie. Banská Bystrica: Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2020. 180 s. ISBN 978-80-557-1709-8.
13. GEJDOŠ, Pavol. *Budovanie a certifikácia systémov manažérstva kvality v teórii a praxi*. 1.vyd., Zvolen: Vydavateľstvo Technickej univerzity vo Zvolene, 2014. 69 s. ISBN 978-80-228-2725-6.
14. GOELDNER, R. Charles, - RITCHIE J. R. Brent. *Cestovní ruch: Principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks ve společnosti Albatros Media a. s. se sídlem Na Pankráci 30, Praha 4., 2014. 545 s. ISBN 978-80-251-2595-3.
15. GOLDBERG, Stephen, M. - GREEN, Paul, N. - WIND, Yoram. *Conjoint analysis of price premiums for hotel amenities* In *Journal of Business*. [online]. 1984. [cit. 2021-12-30]. Dostupné na: <https://www.jstor.org/stable/2352928>
16. GREGOROVÁ, Jana – ŠPAČEK, Robert. *Kultúrna udržateľnosť ako podmienka kultivovanej obývatel'nosti mesta*. 2008. [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: [http://publikacie.uke.sav.sk/sites/default/files/2008\\_5\\_227\\_234\\_gregorova\\_0.pdf](http://publikacie.uke.sav.sk/sites/default/files/2008_5_227_234_gregorova_0.pdf)
17. Green Ideas for Tourism. Green Label [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <http://www.greentourism.eu/en/GreenLabel/IndexPublic>
18. GÚČIK, Marian a kol. *Cestovný ruch – hotelierstvo - pohostinstvo*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo – Mladé letá, 2006. 216 s. ISBN 80-10-00360-3.
19. GÚČIK, Marian. *Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti*. 1. vyd. Banská Bystrica: Woltes Kluwer SR s. r. o., október 2020. 456 s. ISBN 978-80-571-0273-1.
20. HORVÁTHOVÁ, Miriam. *Marketing tretieho tisícročia – Zelený marketing*. [online]. 2012. Prešov: Fakulta Manažmentu PU. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://1library.net/document/yjm92r6y-marketing-tretieho-tisicrocia-marketing-marketing-millennium-marketing-horvathova.html>
21. HOUŠKA, Petr – PETRU, Zdenka. *Evropská ekonomická integrace a cestovní ruch*. 1. vyd. Jan Fischer, nakladatelství Idea servis, M. Horákové 90, Praha 7. 2019. 141 s. ISBN 978-80-85970-92-0.
22. HOUŠKA, Petr. *Environmentální aspekty potenciálu území pro cestovní ruch*. 1. vyd. Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Roháčova 63, Praha 3. 2014. 80 s. ISBN 978-80-7452-041-9.

23. HVIZDOVÁ, Eva. *Ekonomika a podnikanie v službách cestovného ruchu*. Skriptá. 1. vyd. Vysoká škola medzinárodného podnikania ISM Slovakia v Prešove. Prešov. 2020. 153 s. ISBN 978-80-89372-86-7.
24. KAPIKI, Tania - TATARI, Nikoletta. *Quality Management in Tourism Accommodations: The European Flower*. Technological Educational Institution of Thessaloniki. School of Administration and Economics Department of Tourism Management, [online]. 2006. [cit. 2022-1-29]. Dostupné na: <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4476.1447>
25. KAŽMIERSKI, Tomáš. *Značenie regionálnych produktov v Českej republike*. 1 vyd. Brno: Lipka – Školské zariadenie pre environmentálne vzdelanie, 2013. 36 s. ISBN 978-80-87604-55-7.
26. KLINDA, Jozef: *AGENDA 21 a trvalo udržateľný rozvoj*: 2. vydanie. Bratislava: Ministerstvo životného prostredia Slovenskej republiky, 2001. 783 s. ISBN 80-88833-03-5.
27. KUČEROVÁ, Jana – STRAŠÍK, Anton – ŠEBOVÁ, Ľubica. *Ekonomika podniku cestovného ruchu*. 2. prepracované vyd. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o., 2010. 139 s. ISBN 978-80-89090-75-4.
28. LISÝ, Ján a kolektív. *Ekonomía*. 1. vyd. Bratislava: Vydáva vydavateľstvo Iura Edition, spol. s. r. o. člen skupiny Wolters Kluwer, 2011. 863 s. ISBN 978-80-8078-406-5.
29. MAJERNÍK, Milan – MESÁROŠ, Marián – MIHOK, Jozef – BOSÁK, Martin. *Manažérstvo environmentálnych aspektov a rizík*. 1. vyd. Košice: Žilinská univerzita v Žiline, 2005. 350 s. ISBN: 80-969148-4-7.
30. MAJERNÍK, Milan - SZARYSZOVÁ, Petra – HAKULINOVÁ, Alena – MARKOVIČ, Jaromír. *Akreditácia, certifikácia, auditovanie*. 1. vyd., Bratislava. 2013. 204 s. ISBN 978-90-971555-0-6.
31. MAJDÚCHOVÁ, Helena a kolektív. *Podnikové hospodárstvo*. 2. prepracované a rozšírené vyd., Woltes Kluwer SR s. r. o., Bratislava, september 2020. 424 s. ISBN 978-80-571-0271-7.
32. MILLAR, Michelle - BALOGLU, Seyhmus. *Hotel guests' preferences for green guest room attributes*. In *Cornell Hospitality Quarterly*. [online]. 2011. [cit. 2021-12-30]. Dostupné na: <https://doi: 10.1177/1938965511409031>
33. Ministerstvo dopravy a výstavby SR. Dostupné na: <https://www.mindop.sk/>

34. MOLDAN, Bedřich. *Ekologická dimenze udržitelného rozvoje*. 1. vyd. Univerzita Karlova v Praze, 2001. 102 s. ISBN 80-246-0246-6.
35. Norma ISO 14001. Dostupné na: [https://www.qscert.sk/sluzby/certifikacia-manazerskych-systemov/iso-14001.html?page\\_id=837](https://www.qscert.sk/sluzby/certifikacia-manazerskych-systemov/iso-14001.html?page_id=837)
36. NOVACKÁ, Ľudmila and co-authors. *International tourism*. 1. vyd, Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2007. 190 s. ISBN 978-80-225-2312-7.
37. PANCOVÁ, Miluše. *Vztah cestovního ruchu k životnímu prostředí a možnosti trvale udržitelného rozvoje ve vybrané turistické oblasti* [online]. České Budějovice, 2008 [cit. 2021-12-16]. Dostupné na: <https://theses.cz/id/toc5rl/>
38. PLESNÍK, Pavol. *Udržateľný cestovný ruch*. [online]. 2012. [cit. 2022-03-06] Dostupné na: [http://www.plesnik.info/sites/default/files/UDCR\\_uvod.pdf](http://www.plesnik.info/sites/default/files/UDCR_uvod.pdf)
39. PRČÍK, Martin – HAUPTVOGL, Martin – KOTRLA, Marián. *Udržateľný rozvoj: Aktuálny prehľad a vybrané problémy*. 1. vyd. Nitra: Vydala Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre vo Vydavateľstve SPU, 2019. 131 s. ISBN 978-80-552-2057-4.
40. RYGLOVÁ, Kateřina – BURIAN, Michal – VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011. 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
41. Slovenská agentúra životného prostredia. Environmentálna značka EÚ [online]. Banská Bystrica, 2022 [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://www.sazp.sk/zivotne-prostredie/environmentalne-manazerstvo/environmentalne-oznacovanie-produktov/environmentalna-znacka-eu.html>
42. Starostlivosť o ŽP. [online]. [cit. 2022-02-02] Dostupné na: <https://www.enviroportal.sk/environmentalne-temy/starostlivost-o-zp>
43. Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO). [online]. [cit. 2022-03-06] Dostupné na: <https://www.unwto.org/wtd2021>
44. TUŠAN, Radoslav – BILÁ, Anna. *Trvalo udržateľný rozvoj regiónov*. 1. vyd. Košice: Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta, 2006. 104 s. ISBN 80-8073-441-0.
45. Udržateľná spotreba a výroba. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/sk/sheet/77/udrzatelna-spotreba-a-vyroba>

46. UPM Communication Papers. Sustainability [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://www.upmpaper.com/sustainability/tools-support/certification-product-sustainability-information/eu-ecolabel/>
47. Ústava SR. [online]. [cit. 2022-03-06] Dostupná na: <https://www.slovlex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1992/460/>
48. ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Udržitelný cestovní ruch: Príncípy, certifikace a měření*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. 123 s. ISBN 978-80-244-4576-2.
49. Zákon č. 17/1992 Zb. Zákon o životnom prostredí. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/1992-17>
50. Zákon č. 525/2003 Z. z. o štátnej správe starostlivosti o životné prostredie a o zmene a doplnení niektorých zákonov. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2003-525>
51. ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. 1. vyd., Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010. 237 s. ISBN 978-80-86723-95-2.
52. ZELENKA, Josef – ŠTEJFA, Jiří. *Enviromentální a ekologický slovník vybraných pojmu*. 1. vyd., Hradec Králové: Nakladatelství Gaudeamus při VŠP v Hradci Králové, 2000. 183 s. ISBN 80-7041-627-0.