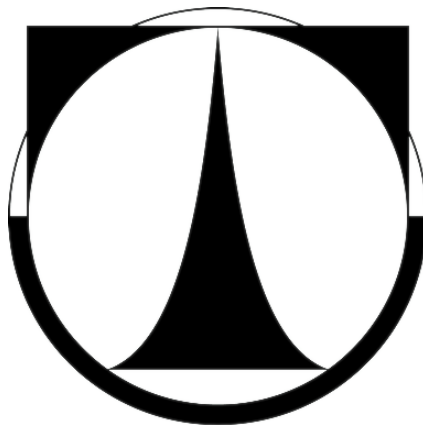


TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta



DIPLOMOVÁ PRÁCE

2012

Bc. Lenka Kopalová

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta

Studijní program: N 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Podniková ekonomika

Environmentální značení na trhu v České republice

Environmental Labeling on the Market in the Czech Republic

DP-EF-KPE-2012-36

Bc. Lenka Kopalová

Vedoucí práce: Ing. Magdalena Zbránková, Ph.D., Katedra podnikové ekonomiky

Konzultant: Pavel Šourek, Pavel Šourek - ARCON

Počet stran: 105

Počet příloh: 6

Datum odevzdání: 04. 05. 2012

Prohlášení

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

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

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

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

V Liberci, 04. 05. 2012

Lenka Kopalová

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá environmentálním značením na trhu v České republice. Úvodem vysvětluje význam ekoznačení a postoj zainteresovaných skupin k tomuto nástroji. První kapitola objasňuje postavení tohoto nástroje v koncepci politiky životního prostředí a věnuje se blíže jeho charakteristikám. Ve druhé kapitole je provedena analýza situace na trhu ekoznačení, jejíž první část se věnuje poptávce a nabídce ekoznačení na trhu v České republice a část druhá se zaměřuje na poptávku a nabídku ekoznačení na trhu ubytovacích služeb. Třetí kapitola je zaměřena na analýzu požadavků, nákladů a přínosů plynoucích z ekoznačení pro podniky poskytující ubytovací služby a doplňuje tak celkovou analýzu stavu ekoznačení na trhu ubytovacích služeb. Pátá kapitola přináší zhodnocení stávající situace, vývoje a doporučení. V závěru je uvedeno stručné zhodnocení výsledků.

Klíčová slova

Dobrovolné nástroje;

Ekologicky šetrná služba;

Ekoznačka;

Environmentální značení;

Ubytovací služby.

Resumé

This thesis deals with environmental labeling on the market in the Czech Republic. Introduction explains the importance of ecolabeling and attitude of stakeholders to this instrument. The first chapter explains the position of the instrument in the construction of environmental policy and focuses on its characteristics. In the second chapter is an analysis of the situation on the ecolabeling market, the first part deals with ecolabeling demand and offer on the market in the Czech Republic and the second part focuses on the ecolabeling demand and offer on the accommodation services market. The third chapter focuses on the analysis of requirements, costs and benefits of ecolabeling for businesses providing accommodation services in addition to the overall analysis of the state of ecolabeling on the accommodation services market. The fifth chapter presents evaluation of the current situation, development, and recommendations. In conclusion is a brief evaluation of the results.

Keywords

Accommodation services;

Ecolabel;

Environmentally friendly service;

Environmental labeling;

Voluntary instruments.

Obsah

Úvod	12
1 Environmentální značení jako nástroj politiky životního prostředí.....	14
1.1 Přehled a charakteristika nástrojů politiky životního prostředí	14
1.2 Dobrovolné environmentální aktivity.....	17
1.2.1 Dobrovolné nástroje	18
1.2.2 Doporučené přístupy	23
1.2.3 Přístup podniků k dobrovolným nástrojům	24
1.3 Environmentální značení	25
1.3.1 Historie environmentálního značení.....	25
1.3.2 Ekoznačení.....	27
1.3.3 Vlastní environmentální tvrzení	41
1.3.4 Environmentální prohlášení o produktu	42
2 Analýza situace na trhu ekoznačení.....	45
2. 1 Poptávka a nabídka ekoznačení na trhu v České republice	45
2.1.1 Poptávka po ekologicky šetrných výrobcích	45
2.1.2 Nabídka výrobků a služeb označených ekoznačkou	51
2.2 Analýza ekoznačení na trhu ubytovacích služeb	55
2.2.1 Poptávka po ekologicky šetrných ubytovacích službách	56
2.2.2 Nabídka ekologicky šetrných ubytovacích služeb.....	58
3 Analýza požadavků, nákladů a přínosů plynoucích z ekoznačení pro podniky poskytující ubytovací služby	77
3.1 Požadavky na ubytovací zařízení pro splnění podmínek certifikace.....	77
3.2 Náklady související se splněním podmínek certifikace.....	79
3.2.1 Náklady související se splněním kritérií Technické směrnice.....	79
3.2.2 Náklady související se zpřísněním kritérií Technické směrnice.....	84
3.2.3 Náklady související se získáním certifikace a ročním provozem licence	87
3.3. Přínosy plynoucí z ekoznačení	88
4. Zhodnocení situace a doporučení	92
Závěr.....	95
Citace.....	98
Seznam příloh.....	105

Seznam ilustrací

	Strana
Obr. 1: Loga Ekologicky šetrná služba a Ekologicky šetrný výrobek	28.
Obr. 2: Postavení ecolabelingu v rámci politiky životního prostředí	29.
Obr. 3: Logo EU Ecolabel	32.
Obr. 4: Proces žádosti o ekoznačku	37.
Obr. 5: Mobiova smyčka	42.
Obr. 6: Logo Environmentální prohlášení o produktu	44.
Obr. 7: Podíl jednotlivých segmentů na celkovém počtu respondentů	46.
Obr. 8: Preferovaný typ výrobku	50.
Obr. 9: Výběr hotelu na základě ekologické šetrnosti	56.
Obr. 10: Návštěvnost ekologických hotelů	57.
Obr. 11: Otázka č. 5: Hodláte se i v budoucnosti ucházet o prodloužení licence?	65.
Obr. 12: Podíl jednotlivých skupin	71.
Obr. 13: Otázka č. 3: Uvažovali jste o získání certifikátu „Ekologicky šetrná služba“ nebo „EU Ecolabel“ pro vaše ubytovací služby?	73.

Seznam tabulek

	Strana
Tab. 1: Poplatky za značku Ekologicky šetrný výrobek / služba	39.
Tab. 2: Poplatky za značku EU Ecolabel	39.
Tab. 3: Hodnocení výroků o EŠV	48.
Tab. 4: Počet registrovaných ekonomických subjektů v České republice k 31. 12. 2011	52.
Tab. 5: Počet držitelů ekoznačky k 2. 4. 2012	52.
Tab. 6: Vývoj ekoznačení Ekologicky šetrný výrobek v letech 1994-2005	53.
Tab. 7: Vývoj ekoznačení Ekologicky šetrný výrobek / služba v letech 2006 - 2010	54.
Tab. 8: Vývoj ekoznačení EU Ecolabel v letech 2006 -2010	55.
Tab. 9: Počet ubytovacích zařízení v České republice k 31. 12. 2011	58.
Tab. 10: Držitelé certifikátu od roku 2006 do roku 2012	59.
Tab. 11: Držitelé certifikátu v roce 2012	60.
Tab. 12: Certifikovaná ubytovací zařízení v roce 2012	60.
Tab. 13: Certifikovaná ubytovací zařízení do roku 2010	61.
Tab. 14: Otázka č. 1: Jaké důvody vás vedly k zavedení certifikace EU Ecolabel?	63.
Tab. 15: Otázka č. 2: Naplnilo získání certifikátu vaše očekávání v těchto oblastech?	63.
Tab. 16: Otázka č. 3: Jaké jsou podle vás nedostatky programů ekoznačení v oblasti ubytovacích služeb?	64.
Tab. 17: Otázka č. 4: Jakým způsobem využíváte ekoznačení při propagaci svých služeb?	65.
Tab. 18: Výsledky 2. části dotazníkového šetření	67.
Tab. 19: Návratnost dotazníků v krajích	69.
Tab. 20: Návratnost dotazníků podle typu ubytovacího zařízení	70.
Tab. 21: Zavedení opatření pro ekologicky šetrnější provoz	71.
Tab. 22: Otázka č. 2a: Jaké oblasti se opatření týká?	72.
Tab. 23: Odpovědi dotázaných, kteří uvažovali o zavedení certifikátu	73.
Tab. 24: Otázka č. 4b: Z jakých důvodů jste neuvažovali o získání certifikátu?	74.
Tab. 25: Celkové náklady související se splněním kritérií Technické směrnice	84.
Tab. 26: Celkové náklady související se zpřísněním kritérií Technické směrnice	86.
Tab. 27: Náklady související se získáním certifikátu	88.

Seznam použitých zkratk, značek a symbolů

BAT – Best Available Techniques (Nejlepší dostupné techniky);

CENIA – Česká informační agentura životního prostředí;

ČSÚ – Český statistický úřad;

EHS – Evropské hospodářské společenství;

EIA - Environmental Impact Assessment (Posuzování vlivů na životní prostředí);

EMAS - Eco-Management and Audit Scheme (Systém environmentálního řízení a auditu);

EMS - Enviromental Management System (Systém environmentálního managementu);

EPD – Environmental Product Declaration (Environmentální prohlášení o produktu);

EPER - European Pollutant Emission Register (Evropský registr emisí znečišťujících látek);

E-PRTR – The European Pollutant Release and Transfer Register (Evropský registr úniků a přenosů znečišťujících látek);

EŠS – Ekologicky šetrná služba;

EŠV - Ekologicky šetrný výrobek;

EVVO – Environmentální vzdělávání, výchova a osvěta;

IPPC – Integrated Pollution Prevention and Control (Integrovaná prevence a omezování znečištění);

IRZ – Integrovaný registr znečišťování;

LCA – Life Cycle Assessment (Posuzování životního cyklu);

MA21 – Místní agenda 21;

MŽP – Ministerstvo životního prostředí;

PCR – Product Category Rules (Pravidla produktových kategorií);

VET – Vlastní environmentální tvrzení.

Úvod

Tématem této diplomové práce je environmentální značení na trhu v České republice. V této práci jsem měla možnost využít své znalosti v oblasti environmentální problematiky a ty aplikovat na podnikovou praxi využívání dobrovolných nástrojů v ochraně životního prostředí.

Škodlivé působení podniků na životní prostředí představuje tzv. negativní tržní externality, které musí být upravovány pomocí hospodářské politiky státu, neboť se vymykají tržním mechanismům. Obecným cílem politiky životního prostředí je uchování a vylepšení kvality životního prostředí, života a zdraví obyvatel při respektování požadavku udržitelného rozvoje. Státní politika životního prostředí by měla být vodítkem pro rozhodování a aktivity na mezinárodní, celostátní, krajské a místní úrovni. Stát je povinen formulovat svou politiku péče o životní prostředí a stanovit účinné nástroje, které umožní její realizaci. Nástroje politiky životního prostředí vychází z potřeby internalizace negativních externalit do nákladů znečišťovatelů. Těchto nástrojů existuje celá řada a z hlediska přístupu, který při své aplikaci využívají je lze v podstatě rozdělit na nástroje, které využívají donucovací přístup (nástroje administrativní) a tržně orientovaný přístup (ekonomické nástroje, dobrovolné nástroje, informační nástroje).

Velice efektivní skupinou nástrojů jsou nástroje dobrovolné. Tato skupina nástrojů přináší výhody nejenom v oblasti ochrany životního prostředí, zejména svým preventivním působením, ale také samotným podnikům ve vylepšení jejich image, konkurenceschopnosti, snížení nákladů atd. Vzhledem k faktu, že tyto nástroje kladou důraz na prevenci a dobrovolné rozhodnutí znečišťovatele, jsou velice efektivní z hlediska celospolečenských nákladů na zamezení znečištění, protože budou aplikovány zejména v případech, kdy se jejich využití ekonomicky vyplatí.

Jedním z dobrovolných nástrojů environmentální politiky je ekoznačení, program označování výrobků, jež jsou vůči životnímu prostředí šetrnější než konkurenční výrobky používané k témuž účelu. Tento mezinárodně uplatňovaný koncept funguje na principu státem garantovaného označování produktů značkami, které podávají jasnou a přehlednou

informaci o environmentálních aspektech produktu. Jeho cílem je povzbuzení poptávky a nabídky produktů šetrnějších k životnímu prostředí a vytvoření dostatečně velkého trhu s těmito výrobky a službami, který by dokázal významněji snížit negativní environmentální dopady.

Tento nástroj je v současné době velice diskutován v souvislosti s jeho správou a propagací, kterou mají na starost ministerstvo životního prostředí a jím zřízená česká informační agentura životního prostředí CENIA. Množí se kritické ohlasy jak ze strany zúčastněných podniků, tak ze strany ekologických organizací, které se týkají zejména nedostatečného financování programu, ze kterého vyplývá malá propagace ekoznačky, která se nedostala dostatečně do povědomí spotřebitelů. Potvrzením tohoto diskutabilního stavu je potom fakt, že pro rok 2011 pět držitelů značení Ekologicky šetrná služba v oblasti ubytovacích služeb nepodalo žádost o prodloužení certifikace.

Cílem této diplomové práce je analýza stavu ekoznačení v České republice se zaměřením na analýzu postoje ubytovacích zařízení k ekoznačení a na náklady a výhody, které tomuto sektoru ekoznačení přináší.

1 Environmentální značení jako nástroj politiky životního prostředí

Obecným cílem politiky životního prostředí je uchování a vylepšení kvality životního prostředí, života i zdraví obyvatel při respektování požadavku udržitelného rozvoje. V České republice byl k tomuto účelu schválen dokument Státní politika životního prostředí ČR 2004 – 2010. Stát svou aktivitou v oblasti ochrany životního prostředí vlastně nahrazuje vzájemnou interakci znečišťovatelů a poškozených prostřednictvím celé řady nástrojů, kterými Státní politika životního prostředí disponuje. (MŽP, 2004)

1.1 Přehled a charakteristika nástrojů politiky životního prostředí

Nástroje politiky životního prostředí můžeme třídit podle různých kritérií. Základní rozdělení z hlediska způsobu, jakým působí na podnikatelské subjekty, může vypadat takto:

- administrativní nástroje,
- ekonomické nástroje,
- dobrovolné environmentální aktivity,
- informační nástroje,
- organizační a institucionální nástroje. (CENIA, 2012a)

Administrativní nástroje

Normativní nástroje politiky životního prostředí, označovány také jako administrativní nebo právní nástroje, jsou založeny na donucovací pravomoci orgánů státní správy. Znečišťovatelé jsou nuceni legislativně podloženými administrativními opatřeními (zákony, vyhlášky, vládní nařízení) k určitému chování pod hrozbou sankce (od administrativní až po trestně právní) při neplnění podmínek regulativu. Normativní nástroje mají samozřejmě své přednosti a nedostatky. K hlavním negativům patří náročnost na informace a kontrolu a potřeba rozsáhlého administrativního aparátu. Normativní

předpis působí plošně bez ohledu na to, že každý znečišťovatel má jiné náklady na redukci znečišťování. Chybí tedy motivace k pozitivnímu překračování předepsaných norem a limitů. Přímá regulace je ovšem nezbytná v případech, vyžadujících akutní řešení (např. toxicita). (Vlčková, 2006)

Normativní nástroje se dělí na tyto:

- limity, normy, standardy,
- zákazy, příkazy.

Ekonomické nástroje

Ekonomické nástroje neboli nástroje nepřímé regulace slouží k dosažení ekologických cílů nákladově efektivnějším způsobem. Ovlivňují nepřímo chování subjektů poškozujících životní prostředí na základě ekonomické kalkulace. Každý subjekt se může rozhodnout, zda je pro něj ekonomicky výhodnější platit za jím způsobené poškození životního prostředí nebo ho omezit. Podstatou působení ekonomických nástrojů je nahrazení nebo doplnění chybějících či nedostatečných hodnotových signálů, které poskytuje tržní mechanismus. Důsledkem tohoto nedostatku jsou negativní externality¹, které se ekonomické nástroje snaží internalizovat do nákladové kalkulace znečišťovatelů. Mezi pozitiva ekonomických nástrojů patří minimalizace celkových společenských nákladů nutných k dosažení daných ekologických cílů (přihlížejí k mezním nákladům jednotlivých subjektů na zamezení znečištění), podnícení iniciativy znečišťovatelů nad rámec splnění norem a limitů, snížení nároků na státní administrativu a vytváření zdroje prostředků na ochranu životního prostředí. Nevýhodou je jejich pomalá účinnost. (Vlčková, 2006)

Z hlediska cenového mechanismu můžeme ekonomické nástroje rozdělit na dva základní typy. Za prvé to jsou nástroje využívající stanovení ceny. Cena je stanovena veličinou a kvalita životního prostředí je pak výsledkem trhu (např. poplatky na ochranu životního prostředí). Druhou možností je stanovení množství znečištění, cena je pak stanovena trhem (např. emisní povolení). (Jílková, 2003)

¹ Negativní vnější účinek ekonomického rozhodnutí - náklady, které zatěžují jiné subjekty a ne jejich původce.

Ekonomické nástroje se dělí na:

- environmentální pojištění,
- zelené fondy,
- daňové úlevy,
- sankční platby,
- finanční podpory,
- poplatky na ochranu životního prostředí,
- ekologické daně,
- obchodovatelná emisní povolení.

Dobrovolné environmentální aktivity

Dobrovolné environmentální aktivity představují ty aktivity podnikatelských subjektů, které mají za cíl snižování negativních dopadů jejich činností na životní prostředí, jsou prováděny na základě dobrovolného rozhodnutí a překračují požadavky legislativních norem. Základními principy dobrovolných environmentálních aktivit jsou dobrovolnost, prevence a systematický přístup. To znamená, že povinnost jejich uplatňování není legislativně stanovena, zaměřují se na odstranění příčin, nikoliv důsledků, poškození životního prostředí a působí na oblasti činnosti organizace, které mají negativní vliv na životní prostředí. (Klásterka, 2007)

Mezi dobrovolné environmentální aktivity patří:

- environmentální management,
- ekodesign,
- environmentální značení,
- monitoring a targeting,
- LCA (life cycle assesment),
- hodnocení možností čistší produkce,
- environmentální manažerské účetnictví,
- environmentální benchmarking,
- environmentální reporting,
- dobrovolné dohody a smluvní závazky,
- jednostranné závazky.

Informační nástroje

Informační nástroje poskytují údaje o stavu životního prostředí a o velikostech vlivů, jimiž na životní prostředí působí nebo by mohly působit sledované subjekty. Informační nástroje slouží jako zdroj potřebných informací pro všechna odvětví. Používají se ke kontrole práce odpovědných orgánů, ke zjištění dosažené změny v životním prostředí, k posouzení dopadu zamýšlené akce, ke stanovení plánu rozvoje apod. Zásadní je jejich preventivní využití v rozhodovacích procesech týkajících se přípravy budoucích koncepcí, zaměření environmentální politiky, charakteru výrobních procesů, charakteru výrobků, služeb apod. Do skupiny informačních nástrojů řadíme vzdělávací kampaně pro širokou veřejnost, šíření technických informací, zveřejňování sankčních postihů. Konkrétními nástroji jsou např. Integrovaný registr znečišťování nebo environmentální vzdělávání, výchova a osvěta. (Ritschelová, 2002)

Organizační a institucionální nástroje

Organizační a institucionální nástroje tvoří dlouhodobý rámec ochrany životního prostředí a zaštiťují všechny ostatní nástroje. Jedná se o systém právních norem, koncepčních a strategických dokumentů, které vymezují systém ochrany životního prostředí a udávají směr dalšího vývoje. Mohou být zaměřeny výhradně na problematiku životního prostředí, jako například Státní politika životního prostředí nebo integrují prvky environmentální politiky do koncepčních dokumentů ostatních politik (např. koncepce a strategie v oblasti zemědělství, energetiky, rozvoje průmyslu). (CENIA, 2012)

1.2 Dobrovolné environmentální aktivity

Využívání dobrovolných aktivit na podnikové úrovni je důležité nejenom pro oblast ochrany životního prostředí, ale také pro podnik samotný. V oblasti ochrany životního prostředí se uplatňuje jedna z nejdůležitějších vlastností dobrovolných aktivit a to preventivní působení, jež vede k naplnění cíle udržitelné výroby i spotřeby, resp. udržitelného rozvoje. Co se týká podniku, dobrovolné aktivity pomáhají zvyšovat konkurenceschopnost, budovat lepší image či šetřit provozní náklady a zvyšovat zisk. Uplatňování těchto aktivit v praxi je podporováno Státní politikou životního prostředí a

také prostřednictvím jednotlivých národních programů schválených na úrovni vlády České republiky a realizovaných Ministerstvem životního prostředí. Dobrovolné aktivity jsou tedy vhodným nástrojem pro zajištění legislativních požadavků v oblasti ochrany životního prostředí na jedné straně a zároveň posílení pozice na trhu na straně druhé. (Remtová, 2006a)

Dobrovolné environmentální aktivity mohou být rozděleny podle míry propracování a sjednocení postupu při jejich realizaci na dobrovolné nástroje a doporučené přístupy. U dobrovolných nástrojů jsou realizační postupy na mezinárodní úrovni v určité míře stanoveny nebo normalizovány. V praxi se pak aplikují určité metody, systematické postupy nebo návody. U doporučených přístupů není jejich realizace jednotně stanovena. Přístupy doporučují určitý cíl nebo způsob chování, ale neposkytují jednotný popis cesty či metody k jejich dosažení. U doporučených přístupů existuje velká šíře postupů a možností, jak dosáhnout požadovaného výsledku, které se mění i v závislosti na vnějších okolnostech, (např. na parametrech podniku, charakteru výroby, charakteru produktu, způsobu řízení, používané strategii apod.). Jednotný návod by tak nemusel v každém případě vést k dosažení žádaného snížení negativního dopadu na životní prostředí z celkového národohospodářského hlediska. (Remtová, 2006a)

1.2.1 Dobrovolné nástroje

Pokud mají být dobrovolné nástroje efektivně využívány podnikem, je důležité jednotlivé nástroje rozdělit podle účelu a nezávislosti jejich používání, aby bylo možné rozhodnout, který nástroj bude vhodné využít. Účel nástroje vypovídá o bezprostředním výsledku použití nástroje. Nezávislost používání nástroje stanoví, zda použití daného nástroje vyžaduje či nevyžaduje vytvoření určitých vnějších podmínek.

Dělení dobrovolných nástrojů dle účelu

Všechny dobrovolné nástroje lze rozdělit podle účelu do tří skupin: dobrovolné nástroje regulační (redukční), dobrovolné nástroje informační a dobrovolné nástroje vzdělávací.

Dobrovolné regulační nástroje

Účelem dobrovolných regulačních nástrojů je snížení celkového negativního dopadu podniku na životní prostředí. Mezi redukční nástroje patří především environmentální management, ekodesign, ekolabeling, monitoring a targeting, dobrovolné dohody a jednostranné závazky.

Environmentální management je systematickým přístupem k ochraně životního prostředí v podniku. Péče o životní prostředí je začleněna do podnikatelské strategie i běžného provozu. V podniku je vytvořen, zaveden a udržován systém environmentálního managementu, který je součástí celkového systému řízení a týká se všech prvků environmentálního chování podniku. Základním předpokladem je zapojení zaměstnanců do systému řídicího snižování negativních vlivů podniku na životní prostředí. Podnik má v zásadě dvě možnosti jak environmentální management zavést, a to buď jako Systém environmentálního managementu (EMS) podle technické normy řady ISO 14000, reprezentované především kmenovou normou ČSN EN ISO 14001 Systémy environmentálního managementu - Specifikace s návodem pro její využití nebo registrací v systému EMAS (Systém environmentálního řízení a auditu) dle Nařízení Rady EHS č. 1836/93 EMAS. Pokud se podnik rozhodne pro registraci v EMAS, musí vypracovávat a zveřejňovat environmentální prohlášení a má k dispozici logo, které prokazuje zavedení systému EMAS v podniku. Při zavedení EMS podle normy 14001 získává podnik certifikát, jehož platnost musí být vždy po dvou letech obnovena. (Kreuz a Vojáček, 2007)

Ekodesign představuje takový návrh a vývoj výrobku, který klade důraz na dosažení minimálního negativního dopadu výrobku na životní prostředí při zachování klasických vlastností srovnatelných výrobků jako je funkčnost, ekonomičnost, bezpečnost, ergonomičnost, technická proveditelnost, estetičnost apod. Ekodesign je univerzální nástroj

pro navrhování a konstrukci jakéhokoliv výrobku. Vzhledem k velkému rozsahu životního cyklu výrobků existují typy ekodesignu zaměřené speciálně na jednu etapu životního cyklu, například na recyklaci či na snížení spotřeby energie apod. (Remtová, 2003)

Monitoring a Targeting slouží ke snižování energetické náročnosti a zvyšování výkonnosti v podniku. Jedná se o strategický přístup k řízení energetických vstupů. Je založen na systematickém sledování skutečné energetické spotřeby, analýze výsledků a následné realizaci nápravných opatření. (The Carbon Trust, 2008)

Dobrovolné dohody jsou smluvní dohody či závazky uzavřené mezi veřejnou autoritou a soukromými subjekty. Mohou mít rozmanitý charakter (jednostranné závazky, veřejné dobrovolné programy, dobrovolné environmentální dohody) a upravují řadu specifických případů a environmentálních problémů. Základním principem je vyjednávání, které mnohdy přináší efektivnější, rychlejší a méně nákladné řešení environmentálního problému. (Remtová, 2006a)

Dobrovolné informační nástroje

Pomocí informačních nástrojů podnik získává anebo poskytuje informace o svých vlivech na životní prostředí. Patří sem především metoda LCA (life cycle assesment), hodnocení možností čistší produkce, environmentální manažerské účetnictví, environmentální benchmarking, environmentální reporting, vlastní environmentální tvrzení a environmentální prohlášení.

Posuzování životního cyklu (Life Cycle Assessment, dále jen LCA) je metoda porovnávání environmentálních dopadů produktů po celý jejich životní cyklus, tedy od emisí do složek životního prostředí během výroby, užívání i odstraňování produktu. Zahrnovány jsou rovněž také přídavky procesů získávání surovin, výroby materiálů a energie či pomocných procesů. Metoda LCA má pevně danou strukturu a provádí se dle mezinárodních norem řady ISO 14040. Je jedním z nejdůležitějších informačních nástrojů environmentálně orientované výrobní politiky. (Kočí, 2009)

Hodnocení možností čistší produkce je aplikačním nástrojem preventivní strategie čistší produkce, která podporuje efektivnější využívání vstupních zdrojů. Čistší produkce nahlíží na odpad jako na drazé nakoupené suroviny, které se nepodařilo proměnit v konečný produkt. U výrobních procesů zahrnuje efektivnější využívání surovin a energií, vyloučení toxických, nebezpečných materiálů a prevenci vzniku odpadů a emisí u zdroje. U produktů se zaměřuje na snížení jejich dopadu na životní prostředí. Hodnocení možností čistší produkce poskytuje informace o příčinách způsobujících negativní dopady podniku na životní prostředí, ale také informace o reálných možnostech jejich odstranění včetně finančního odhadu nápravných opatření. (Kreuz a Vojáček, 2007)

Environmentální manažerské účetnictví (dále EMA) je odvětvím účetnictví, které se zabývá činnostmi, metodami, systémy, zaznamenáváním, analýzou a vykazováním finančních a ekologických dopadů podniku, jež jsou spojeny s ochranou životního prostředí. Environmentální manažerské účetnictví dovoluje zjistit, jaká část celkových nákladů podniku je spojena s problematikou životního prostředí. Na základě zjištěných hodnot je možné rozhodovat o dalších environmentálně zaměřených opatřeních, informovat zájmové skupiny a vypočítávat různé environmentálně orientované indikátory. (Kreuz a Vojáček, 2007)

Environmentální benchmarking je systematickým procesem porovnávání výkonnosti, funkcí nebo procesů podniku v oblasti ochrany životního prostředí s těmi nejlepšími v dané oblasti ve snaze dosáhnout jejich výsledků a překonat je. Podstatou je zjištění faktorů, které způsobily rozdíly mezi porovnávanými podniky, a na základě nalezených výsledků lze pak zvýšit konkurenceschopnost. (Veber, 2010)

Environmentální reporting podává zprávy o chování podniku vůči životnímu prostředí. Podnik dobrovolně informuje zájmové skupiny, např. akcionáře, správní orgány, dodavatele, zákazníky, veřejnost apod. o svém environmentálním profilu, tedy o vlivech, jimiž působí na životní prostředí a o aktivitách, které v této oblasti vykonal, popřípadě v budoucnosti vykoná. Oficiální definice environmentálního reportingu neexistuje, zatím není stanovena jeho struktura, časová frekvence ani indikátory, které by se měly při hodnocení environmentálních aktivit používat. Stanovení jednotně vypočítávaných

indikátorů by umožnilo porovnávání environmentálních aktivit jednotlivých podniků. (Volejníková, 2003)

Dobrovolné edukační nástroje

Edukační (vzdělávací) nástroje mají za úkol je vychovat subjekty vědomé si své odpovědnosti za stávající stav životního prostředí. Nejedná se pouze o poskytování informací jako u nástrojů informačních, ale o dosažení změny v chování subjektů ve vztahu k životnímu prostředí. Z hlediska podniku patří mezi vzdělávací nástroje především školení zaměřená na ochranu životního prostředí.

Dělení dobrovolných nástrojů dle nezávislosti používání

Z hlediska nezávislosti používání dobrovolných nástrojů lze všechny nástroje rozdělit na nástroje nevyžadující vnější součinnost a nástroje vyžadující vnější součinnost.

Nástroje nevyžadující vnější součinnost

Používání nástrojů nevyžadujících vnější součinnost je zcela v kompetenci samotného podniku. Jejich využití není závislé na činnosti jiných subjektů a nezávislých institucí ani na vytvoření speciálních vnějších podmínek. Z nástrojů, jejichž charakteristika byla uvedena v předchozím textu, do této skupiny patří:

- metoda LCA,
- hodnocení možností čistší produkce,
- monitoring a targeting,
- ekodesign,
- vlastní environmentální tvrzení,
- environmentální manažerské účetnictví,
- environmentální benchmarking. (Remtová, 2006a)

Nástroje vyžadující vnější součinnost

Nástroje vyžadující vnější součinnost nemůže podnik používat bez existence určitých podmínek, které přímo souvisí s vlastní realizací nástroje (validace podnikem vydávaného

prohlášení, certifikace postupu při realizaci nástroje, udělení loga, sepsání licenční či kooperační smlouvy apod.). Mezi nástroje vyžadující vnější součinnost patří:

- environmentální systémy řízení zaváděné dle směrnice EU nebo dle mezinárodní normy ISO 14001,
- ekolabeling,
- environmentální prohlášení typu III,
- dobrovolné dohody,
- jednostranné závazky. (Remtová, 2006a)

1.2.2 Doporučené přístupy

Jak bylo uvedeno v předchozím textu, doporučené přístupy se od dobrovolných nástrojů liší tím, že nelze zcela specifikovat jednotný postup, jak mají podniky doporučený přístup konkrétně v praxi realizovat. Důvodem absence jednotné metodiky je široké uplatnění inovačních myšlenek, velká variabilita nástrojového mixu, ve kterém lze uplatnit také dobrovolné nástroje a v neposlední řadě odlišnost vnitřního i vnějšího prostředí podniku. Celková účinnost doporučených přístupů nezávisí jen na postupu podniku, ale často také na chování zájmových skupin, např. zákazníků. Jelikož toto chování nelze s jistotou předpovědět, nelze s jistotou říci, že akceptování příslušného doporučeného přístupu povede k předpokládanému výsledku. Příkladem doporučeného přístupu může být jeden z nejnovějších tzv. „společenská odpovědnost organizací“ (Corporate Social Responsibility), která v sobě kombinuje hlediska environmentální, sociální i ekonomická a zahrnuje široké spektrum činností. Charakter, způsob provádění a pořadí realizace jednotlivých činností je obtížné stanovit jednotně tak, aby pro každý podnik představovaly nejefektivnější a nejúčinnější řešení. Podnik si musí volit svůj vlastní způsob, jak tuto společenskou odpovědnost realizovat. U dobrovolných přístupů není také zcela vyloučeno, že se v budoucnosti podaří stanovit základní postupy, které budou aplikovatelné ve všech podnicích, a doporučený přístup se transformuje v dobrovolný nástroj. (Remtová, 2006a)

1.2.3 Přístup podniků k dobrovolným nástrojům

Podnik tvoří jednu ze základních forem institucionálního uspořádání ekonomiky založené na výrobě zboží a poskytování služeb za úplatu. Smyslem podniku je organizování lidské činnosti, aby výstupem těchto činností uspokojil cizí potřeby a zároveň i potřeby podnikatele. Výrobní podniky uspokojují hmotné potřeby prostřednictvím přetváření přírodních zdrojů v hmotné výrobky. Podniky poskytující služby uspokojují nehmotné, potřeby a využívají k tomu zejména množství energie a materiálu a na druhou stranu jsou producenty odpadů, zejména komunálních. Cílem podnikatelské činnosti je zisk. Každý podnik ovlivňuje svou existencí životní prostředí. Vliv podniku na životní prostředí je dán charakterem a množstvím všech látkových a energetických toků, které podnik vyměňuje se životním prostředím.

Přístup podniku k dobrovolným nástrojům a ochraně životního prostředí obecně je výsledkem působení mnoha faktorů. Zásadní roli hrají vnější faktory a to zejména environmentální politika státu (strategie a nástroje) a environmentální povědomí zájmových skupin (odběratelů, spotřebitelů, konkurentů, široké veřejnosti). Z vnitřních faktorů ovlivňujících environmentální strategii podniku je na prvním místě environmentální uvědomění managementu podniku a charakter činnosti podniku, dále pak environmentální uvědomění zaměstnanců podniku, celkový stav podniku z ekonomického hlediska, způsob řízení podniku apod.

Na základě těchto faktorů lze rozeznat tři základní typy přístupu podniku k ochraně životního prostředí:

- **Pasivní přístup.** Tato strategie je strategií reaktivní. Podnik neakceptuje nové trendy, plní pouze to, co mu nařizují legislativní předpisy.
- **Aktivní přístup.** Tato strategie je preventivní strategií. Podnik akceptuje jen prověřené nové trendy, kde prokazatelně přináší výhody (např. v úspoře nákladů) a neriskuje.
- **Proaktivní přístup.** Podnik se rychle přizpůsobuje strategii státní politiky, akceptuje nové trendy, neboť svůj vztah k životnímu prostředí považuje z nejruznějších důvodů za velmi důležitý. (Remtová, 2006b.)

1.3 Environmentální značení

Environmentální značení patří mezi dobrovolné nástroje politiky životního prostředí. Charakterem svého působení spadá jak mezi nástroje regulační, tak informační. Je celosvětově uplatňovaným konceptem založeným na mezinárodních normách řady ISO 14020 Environmentální značky a prohlášení - Obecné zásady. Úkolem tohoto dobrovolného nástroje je vyhodnocení vlivu produktů (výrobků nebo služeb) a jejich vlastností na životní prostředí. Jedná o označování produktů značkami v některých případech doplněnými o stručnou informaci o vlastnostech produktu. Cílem environmentálního značení je povzbuzení poptávky a nabídky těchto produktů, které méně škodí životnímu prostředí, prostřednictvím sdělování ověřitelných, přesných a nezavádějících informací o environmentálních aspektech produktů a tím stimulovat potenciál pro neustálé, trhem řízené environmentální zlepšování. (CENIA, 2005)

1.3.1 Historie environmentálního značení

Počátky environmentálního značení jsou spojovány s takzvaným zeleným marketingem, který se začal vyvíjet v sedmdesátých letech minulého století. V této době se zvýšilo povědomí veřejnosti o dopadech výrobních procesů na životní prostředí. Uvědoměli si spotřebitelé ve vyspělých zemích chtěli prokázat svou ochotu podílet se na zlepšování stavu životního prostředí, což dalo za vznik prvním pokusům o označení výrobků, které poškozují životní prostředí méně než výrobky alternativní. Preference spotřebitelů vedly k intenzivnímu rozvoji zeleného marketingu a k rozsáhlé propagaci ekologicky šetrných výrobků a výrobků s různými ekologickými aspekty. Výrobci si tyto výrobky označovali sami nápadnými logy a na ekologických aspektech stavěli svou reklamu. Spotřebitelé začali takto označené a propagované výrobky vyhledávat a byli ochotni za ně zaplatit vyšší cenu než za výrobky neoznačené. Tato situace vedla k tomu, že firmy začaly tato loga využívat ve velké míře a označovali i výrobky, které ve skutečnosti žádné významné snížení negativního dopadu na životní prostředí nevykazovaly. Konkurenti a ekologické skupiny začali na zjištěné rozdíly ve skutečných a inzerovaných vlastnostech výrobků poukazovat a v analogii s pojmem „brainwashing“ se začal používat pojem

“greenwashing“. Důvěra veřejnosti v ekologicky šetrnější výrobky začala klesat a poctiví výrobci žádali nápravu. (Bellman et al, 2006)

První zemí, která se rozhodla v této oblasti učinit nezbytné kroky, bylo Německo. V roce 1978 zavedlo první centrálně řízený certifikační systém ekoznačení garantovaný třetí, nezávislou stranou, dnes známý jako „Modrý anděl“. Program byl velice úspěšný a inspiroval další státy. Druhou zemí, která zavedla jednotné označování výrobků šetrných vůči životnímu prostředí, se stala v roce 1988 Kanada. Zatímco německý i kanadský systém ekoznačení se řadí mezi programy státní a národní, skandinávský státní systém ekoznačení „Bílá labuť“, který byl vyhlášen v roce 1989, byl prvním programem nadnárodním. V témže roce byl vyhlášen státní národní program v Japonsku a první soukromý program (řízený soukromou společností Green Seal) v USA. V roce 1992 vznikl ecolabelingový systém EU „The Flower“, nicméně existující národní ecolabelingové systémy jednotlivých členských států zůstaly zachovány. Od počátku 90. let pak byly státní, soukromé, národní i nadnárodní systémy ekoznačení zavedeny v mnoha dalších státech. (MŽP, 2003)

Označování ekologicky šetrných produktů nemá však univerzální použití. Lze ho využít jen u těch skupin výrobků, pro něž byly v daném ecolabelingovém systému stanoveny požadavky. I když je možné vytvořit příslušnou výrobovou kategorii s odpovídajícími požadavky, nelze ecolabelingové systémy využít v těch případech, kdy se jedná o monopolního výrobce či o zcela specifický výrobek, pro něž se nevyplatí vytvářet výrobovou kategorii. Tato situace dala podnět ke vzniku nástroje Environmentální prohlášení o produktu. V oblasti environmentálních prohlášení o produktech stanovila pravidla na mezinárodní úrovni technická zpráva ISO/TR 14025, která byla publikována v roce 2000. V některých vyspělých státech se však různé národní formy environmentálních výrobových deklarací objevily mnohem dříve. Příkladem může být Kanada, kde existuje od roku 1996 prohlášení Environmental Profile Data Sheets (EPDS). Ve Švédsku vznikl v roce 1997 obecně zaměřený systém Certified Environmental Product Declaration (EPD) a po něm i odvětvově zaměřený systém pro stavebnictví Swedish Building Declaration. Odvětvově zaměřené systémy byly vytvořeny i pro další odvětví,

např. automobilový, strojírenský, elektrotechnický, papírenský, textilní průmysl apod. (ENVIROS, 2011)

Jako reakce na různé reklamy propagující výrobky na základě jejich sníženého negativního působení, po případě zvýšeného kladného působení, na životní prostředí vznikl nástroj vlastní environmentální tvrzení. Reklamy upozorňující veřejnost na problematiku životního prostředí a nutnost jeho ochrany jsou důležité a nelze připustit jejich zneužívání k propagaci výrobků, u nichž se žádné snížené negativní působení nevyskytuje. V normách ISO 14020 (vydané v roce 1998) a ISO 14021 (vydané v roce 1999) byla stanovena pravidla, která by měla být v environmentálně orientovaných reklamních tvrzení dodržovat. (ENVIROS, 2011)

V České republice byl vyhlášen 14. dubna 1994 Národní program označování ekologicky šetrných výrobků. Byly zveřejněny první čtyři směrnice obsahující požadavky pro propůjčení ochranné známky Ekologicky šetrný výrobek. První značka Národního programu byla udělena v červnu 1994. V roce 1999 a 2000 byly vydány české verze mezinárodních norem ČSN ISO 14020 a ČSN ISO 14021. V srpnu 2007 byla vydána Pravidla Národního programu environmentálního značení, kterými se řídí program Environmentální prohlášení o produktu i Vlastní environmentální tvrzení. V současnosti existují tři standardizované (normované) typy environmentálního značení a prohlášení:

- Ekoznačení neboli ecolabeling (typ I),
- Vlastní environmentální tvrzení neboli VET (typ II),
- Environmentální prohlášení o produktu neboli EPD - Environmental Product Declaration (typ III).

1.3.2 Ekoznačení

Environmentální značení typu I neboli ecolabeling představuje označování výrobků a služeb, které jsou šetrnější k životnímu prostředí oproti srovnatelným alternativním výrobkům a službám. Jedná se o certifikační systém, který je řízen nezávislou stranou. Termín ecolabeling vznikl z anglického slova „label“, které v překladu znamená „nálepka

(etiketa)“. Ekolabeling původně zahrnoval veškeré formy označování výrobků, jejichž negativní dopad na životní prostředí byl nižší než dopad výrobků s nimi alternativních a zároveň i systém, kterým se označování provádělo. Vzhledem k tomu, že časem se počet způsobů, které označují nějaký vliv výrobku na životní prostředí, značně rozšířil, používá se v současné době tento pojem pro ekoznačku, která označuje ekologicky šetrný výrobek nebo službu a na jejíž používání uděluje Program licenci (viz obrázek 1). (Remtová, 2009)



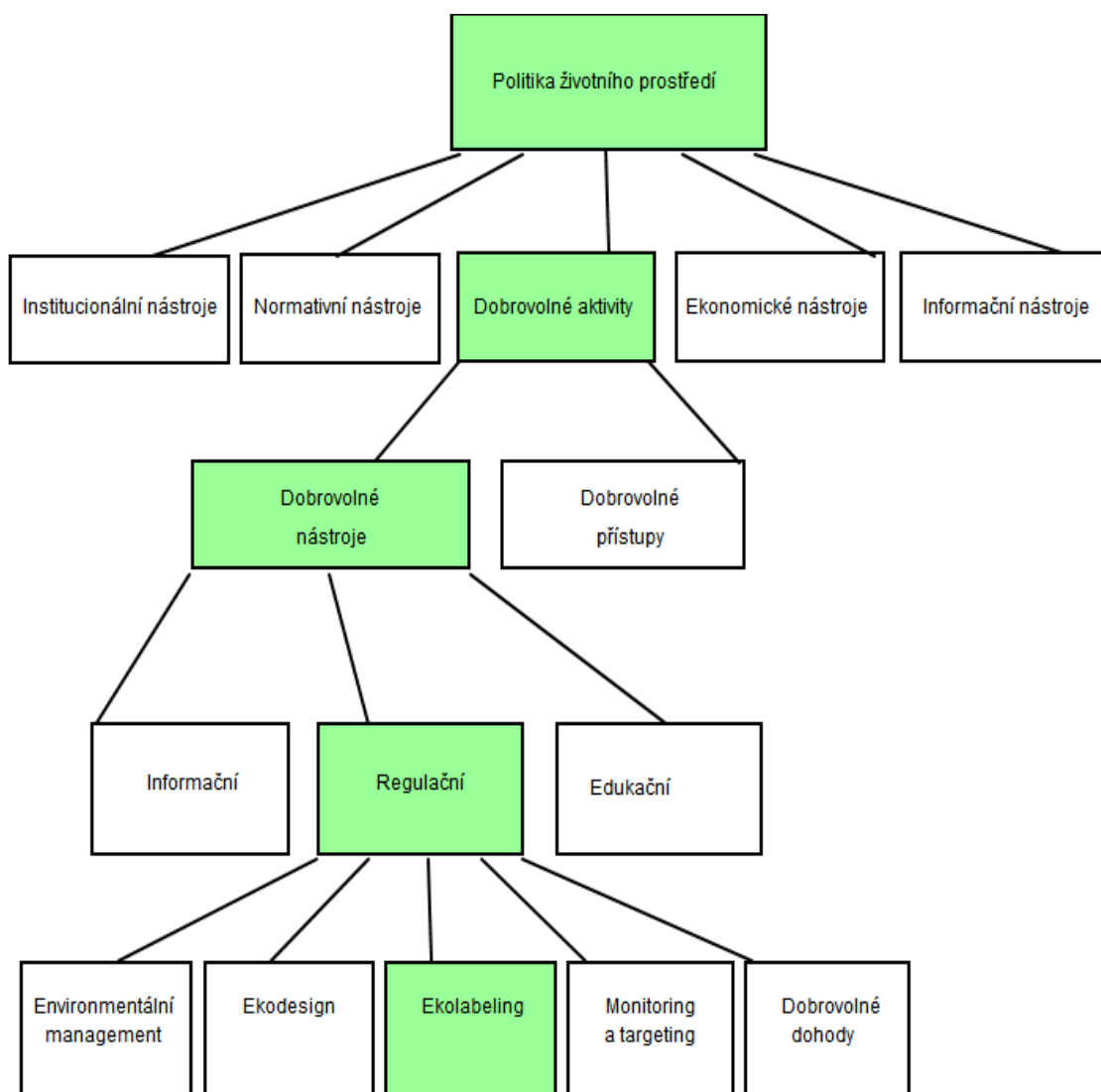
Obr. 1. Loga ekologicky šetrná služba a Ekologicky šetrný výrobek
Zdroj: CENIA, 2012b.

Koncepce ekoznačení v České republice

Ekoznačení je v České republice normalizováno normou ČSN EN ISO 14024 Environmentální značky a prohlášení – Environmentální značení typu I – Zásady a postupy. Oficiální definice programu environmentálního značení typu I uvedená v normě ČSN EN ISO 14024 zní: „Program environmentálního značení typu I je dobrovolný program třetí strany, založený na základě uplatnění více kritérií, který uděluje licence opravňující k používání environmentálních značek na produktech, které ukazují, v rámci určité produktové kategorie, na celkovou největší vhodnost produktu z environmentálního hlediska s ohledem na jeho životní cyklus“ (ČNI, 2000a, s. 7). Postavení ekolabelingu v celkové koncepci politiky životního prostředí znázorňuje obrázek 2.

Výrobce nebo poskytovatel služby se může ucházet o získání české ekoznačky Ekologicky šetrný výrobek nebo Ekologicky šetrná služba v rámci Národního programu označování

ekologicky šetrných výrobků anebo o ekoznačku Evropské unie EU Ecolabel dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1980/2000 o programu udělování ekoznačky Evropské unie „The Flower“.



Obr. 2. Postavení ekolabelingu v rámci politiky životního prostředí

Zdroj: Vlastní zpracování

Národní program označování ekologicky šetrných výrobků

Národní program je realizován v souladu se zásadami a cíli revidovaného ecolabelingového programu EU, které stanovuje Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1980/2000. (MŽP, 2006)

K hlavním zásadám Národního programu patří:

- orientace na výrobky spotřebního charakteru a hodnocení jejich pozitivních vlastností;
- hodnocení výrobku a důsledků pro životní prostředí v rámci celého cyklu jeho existence, tj. od výběru suroviny přes výrobu a užití až po recyklaci nebo zneškodnění odpadu;
- šetrnost výrobku vůči všem složkám životního prostředí;
- propůjčení ochranné známky výrobku jako celku, ne jeho částem;
- propůjčení ochranné známky na časově ohraničenou dobu v souladu s dobou platnosti kritérií;
- vyloučení výrobků, pro které platí jiné specifické požadavky a předpisy (potraviny, nápoje, léčiva apod.);
- důsledné uplatnění principu dobrovolnosti;
- zabezpečení kontroly dodržování směrnice s požadavky pro propůjčení ochranné známky, zabránění zneužívání známky;
- harmonizace podmínek pro propůjčování ochranné známky s obdobným programem EU a jinými národními systémy. (Bellman, 2006)

Požadavky pro propůjčení ochranné známky jsou stanoveny ve směrnících pro jednotlivé, přesně vymezené kategorie výrobků. Jedná se o požadavky základní a specifické. Základní požadavky se nevztahují k ekologickým, ale k užitným vlastnostem výrobku. Slouží k zajištění plné srovnatelnosti funkčních vlastností s konkurenčními výrobky, které mají stejný účel (tedy aby výrobky nebyly ekologizovány na úkor kvality) a k zajištění výroby v souladu se všemi relevantními zákony a předpisy. Specifické vlastnosti odlišují ekologicky šetrný výrobek od ostatní produkce. Zajišťují, že ekologické vlastnosti výrobku jsou mnohem větší, než je jejich úroveň v obecně závazných předpisech a normách. Jsou

stanoveny s přihlédnutím k současné úrovni techniky a poznání a musejí být pro výrobce prakticky dosažitelné. Předpokládá se, že vyhovět by jim mělo v dané kategorii nejvýše 20–25 % nejprogresivnějších výrobků. Specifické požadavky se týkají hlavně úspor surovin a energie, využití druhotných surovin, využití obnovitelných zdrojů energie, omezení emisí škodlivin, omezení nebo odstranění škodlivých a jedovatých látek, omezení nebo odstranění odpadů. (MŽP, 2006)

Cílem a podstatou programu je vytvořit trh s ekologicky šetrnými výrobky a využít působení tržních mechanismů ke snižování negativních dopadů na životní prostředí. Nabídku představují výrobci, kteří dodávají na trh ekologicky šetrné výrobky a poptávku představují kupující, kteří na trhu tyto výrobky aktivně vyhledávají a preferují. Zvýšení odbytu ekologicky šetrných výrobků má za následek snižování odbytu neoznačených substitutů, což vyvíjí tlak na ostatní výrobce, aby se zapojili do výroby ekologicky šetrných výrobků. Tím automaticky přispějí ke snížení negativních dopadů výrobků na životní prostředí. Jakmile se trhu s ekologicky šetrnými výrobky bude účastnit dostatečný poměr výrobců, zpřísní se kritéria na posuzování ekologické šetrnosti výrobků a celý mechanismus se opakuje, takže negativní dopad na životní prostředí se neustále snižuje. (CENIA, 2005)

Program ekoznačení Evropské unie

Systém ekoznačení Evropské unie je nadnárodní systém. Byl založen 23. března 1992 na základě nařízení rady Evropského hospodářského společenství EEC No. 880/92 on a Community eco-label award scheme. Program ekoznačení Evropské unie se řídí pravidly zveřejněnými v nařízení Evropského parlamentu a Evropské rady, která vychází ze zásad mezinárodní normy ISO 14024. Aktuální Nařízení č. 66/2010 vstoupilo v platnost 30. 1. 2010.

Stejně jako Národní program označování ekologicky šetrných výrobků je i Program evropského ekoznačení založen na základních principech ekoznačení, jako je dobrovolná účast, tržní působení, prověřování výrobku nezávislou institucí, posuzování celkového vlivu výrobku na životní prostředí v celém jeho životním cyklu atd. Narozdíl od značky

Ekologicky šetrný výrobek může být ekoznačka udělena produktům na trhu celé Evropské unie, tedy na trhu alespoň jedné členské země EU. Program evropské ekoznačky je uznáván v celé Evropské unii, Norsku, Lichtenštejnsku a na Islandu.

Ekoznačka EU je určena pro:

- výrobce a poskytovatele služeb;
- dovozce;
- maloobchodníky distribuující vlastní ekologicky šetrné značky výrobků. (CENIA 2011c)

O ekoznačku Evropské unie může požádat výrobce nebo poskytovatel služeb, jehož výrobek či služba musí být k dostání na trhu kdekoli na území Evropské unie. Čeští výrobci či poskytovatelé turistických ubytovacích služeb mohou tedy pro své výrobky a služby také získat ekoznačku Evropské unie. Odpovědným orgánem pro realizaci evropského programu ekoznačení v České republice je Agentura pro ekologicky šetrné výrobky, garantem je Ministerstvo životního prostředí. V rámci tohoto programu může žadatel získat Ekoznačku EU tzv. “The Flower” (viz obrázek 3). Toto značení mohou získat pouze výrobní značky, které jsou v rámci dané skupiny produktů nejvíce šetrné vůči životnímu prostředí. (CENIA, 2011c)



Obr. 3. Logo EU Ecolabel

Zdroj: CENIA, 2012b

Kritéria pro udělení Ekoznačky EU pro jednotlivé produktové skupiny jsou tvořena na evropské úrovni zástupci agentur pro ekoznačení ze všech členských zemí přičemž jsou do konzultací zapojeni i odborníci na dané téma, zástupci průmyslu a neziskových organizací. Program zahrnuje 23 druhů výrobků a služeb (s výjimkou potravin, nápojů a léčiv) a jejich okruh se průběžně rozšiřuje. Výrobky opatřené ekoznačkou jsou navíc špičkovými produkty v rámci své kategorie. (CENIA 2011c)

Výhody systému ekoznačení

Podle Ministerstva životního prostředí přináší systém ekoznačení celou řadu výhod pro výrobce, státní orgány i v oblasti ochrany životního prostředí. Výhody ekoznačení vyplývají zejména z jeho preventivního působení a tržního charakteru. Systém ekoznačení nabízí široký rozsah možností jak snižovat negativní vliv na životní prostředí. Přechází od snižování negativní dopadu hotového výrobku k hledání možností ke snižování nepříznivých vlivů výrobku na životní prostředí v průběhu celého životního cyklu, k čemuž se s výhodou využívá metody LCA. A tedy přestože je ekoznačení nástrojem vztaženým k výrobku, jsou hodnoceny nejen jeho koncové vlastnosti, ale jeho působení na životní prostředí ve všech fázích jeho vzniku (např. náhrada deficitních surovin surovinami obnovitelnými, snížení emisí, odpadů, obsahu toxických látek, úspora energie, vody nebo jeho zneškodnění). Ekolabeling je možné s výhodou zavádět jako součást EMS nebo EMAS. Některé ekolabelingové systémy, například ekolabeling Evropské unie, mají sníženou sazbu za udělení licence, jestliže má žadatel zavedený EMS nebo EMAS. Tento systém vyvíjí neustálý tlak na vývoj produktů šetrných k životnímu prostředí, vzhledem k tomu, že platnost požadavků, kterým ekologicky šetrný výrobek musí vyhovovat, je časově omezená. Ekoznačka je propůjčena pouze na omezenou dobu vztaženou k platnosti příslušného dokumentu stanovujícího požadavky pro propůjčení ekoznačky. Tímto mechanismem je výrobce nucen neustále pokračovat ve zlepšování vlastností svých produktů z hlediska jejich celkového vlivu na životní prostředí. Další výhodou tohoto nástroje je působení na celý dodavatelský řetězec. Výrobce, který chce získat a udržet si ekoznačku, bude vybírat suroviny a materiály takové, které mají prokazatelně nejnižší negativní dopad na životní prostředí. Dodavatelé, kteří by se z vlastní iniciativy do systému ekoznačení nezapojili, jsou nuceni volit pro výrobu svých produktů ekologicky

šetrné postupy, aby mohli na trhu lépe konkurovat. Ekoznačení má velký informační potenciál využitelný ke vzdělávání obyvatelstva. Zveřejňováním důvodů prospěšnosti nákupu a užívání označených produktů lze informovat spotřebitele o škodlivých vlivech různých látek a procesů na životní prostředí a tím zvyšovat úroveň informovanosti obyvatelstva v oblasti životního prostředí. Dosažení zdravého životního prostředí vyžaduje totiž zejména změnu spotřebního chování a vzorců nakupování, což je závislé na změně životního stylu společnosti, jejích hodnot, zvýšení sociálního citění a individuální zodpovědnosti. (MŽP, 2003)

Základními prvky psychologie spotřebitele, který se zajímá o „zelené“ nakupování podle Russa (2008) jsou:

- **Potřeba kontroly.** Přijímá preventivní opatření, např. nákupem produktu šetrnějšího k životnímu prostředí namísto běžného produktu.
- **Potřeba odlišnosti.** Souvisí úzce se značkou, například odlišení produktů označených ekoznačkou.
- **Potřeba informací.** Ekoznačka na obalu dává jasné a důvěryhodné informace o ekologické šetrnosti výrobku.
- **Potřeba udržitelného životního stylu.** Vědomí správnosti spotřebitelských rozhodnutí v dlouhodobém horizontu.

Výhody, které přináší ekoznačení spotřebitelům podle CENIA (2012c):

- věrohodné a srozumitelné informace o vlastnostech výrobku a o jeho vlivu na životní prostředí,
- záruka, že u označeného výrobku jsou omezeny nepříznivé vlivy na životní prostředí,
- záruku zdravotní nezávadnosti a kvality produktu,
- snadnější orientaci na trhu v široké škále téměř rovnocenných výrobků se stejnou funkcí,
- úspora peněz, vzhledem ke kvalitě a trvanlivosti.

Podle Böstroma a Klintmana (2008) přináší ekoznačení následující pozitivní aspekty:

- Ve srovnání s ekonomickými nástroji odráží poptávku koncových spotřebitelů a nákupních společností.
- Logo zhmotňuje neviditelné vlastnosti produktu.
- Poskytuje produktu odlišnost od ostatních výrobků.
- Umožňuje zapojení širokého spektra zúčastněných stran.

Výhody, které přináší ekoznačení výrobcům podle CENIA (2012d):

- státem garantované potvrzení vyšší užitné hodnoty výrobku na základě splnění přísných testů v souladu s mezinárodními standardy prokazujícími splnění kvalitativních a environmentálních požadavků,
- oficiální certifikát, který potvrzuje, že je výrobek v celém svém životním cyklu prokazatelně šetrnější k životnímu prostředí než ekvivalentní produkty na trhu,
- unikátní marketingový nástroj pro propagaci výrobku na českém trhu i na trhu Evropské unie,
- doporučení zákazníkům od řady ekologických nevládních organizací,
- zařazení mezi prioritně nakupované zboží všemi organizacemi, které používají systém zelených zakázek, které je podporováno Usnesením vlády č. 465/2010.

Další výhody pro výrobce zmiňuje Vlčková (2006):

- Propůjčení ochranné známky neznamena, že výrobek je vůči životnímu prostředí naprosto neškodný, ale má výrazně menší negativní působení než alternativní výrobky, což je poměrně snadné splnit např. u výrobků s vysokou spotřebou.
- Možnost využití dlouhodobé nízkourokové půjčky ze Státního fondu životního prostředí.

Institucionální zajištění

Garantem Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků (dále Národní program) je Ministerstvo životního prostředí České republiky (dále MŽP). MŽP schvaluje směrnice s požadavky, podle kterých se v daných kategoriích posuzují jednotlivé výrobky, a rozhoduje o propůjčení ochranné známky „Ekologicky šetrný výrobek“. K tomu účelu

jmenuje Radu pro ekologicky šetrné výrobky jako svůj poradní orgán. Výkonným orgánem Národního programu je Agentura pro ekologicky šetrné výrobky.

Agentura pro ekologicky šetrné výrobky je součástí České informační agentury pro životní prostředí (dále jen CENIA), mezi jejíž hlavní činnosti patří:

- hodnocení a interpretace informací o životním prostředí;
- podpora nástrojů ochrany životního prostředí jako jsou Integrovaná prevence a omezování znečištění (IPPC), Nejlepší dostupné techniky (BAT), Hodnocení vlivů na životní prostředí (EIA), Evropský registr emisí znečišťujících látek (EPER), Evropský registr úniků a přenosů znečišťujících látek (E-PRTR), Integrovaný registr znečišťování (IRZ) a odpadového hospodářství;
- dobrovolné nástroje Environmentální vzdělávání, výchova a osvěta (EVVO), Místní agenda 21 (MA21) a publikace informací jako hlavní komunikační kanál směrem k občanům, ekonomickým subjektům a zahraničí;
- externí projekty pro podporu a rozvoj výše uvedených činností. (CENIA, 2011a)

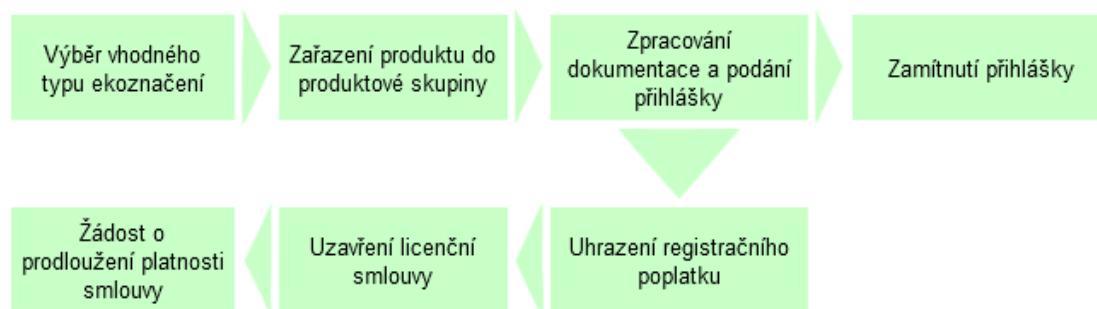
Agentura pro ekologicky šetrné výrobky je odpovědným výkonným orgánem Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků v souladu s ČSN ISO 14024 Environmentální značení a prohlášení, typ I. a Nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1980/2000 o programu udělování ekoznačky Evropské unie „The Flower“. Mezi hlavní činnosti, které vykonává, patří:

- přijímání návrhů výrobců, dovozců, poskytovatelů služeb, institucí, zainteresovaných organizací i nejširší veřejnosti;
- vydávání písemného stanoviska navrhovateli;
- zajištění přípravy a zpracování technických zpráv a návrhů směrnic;
- poskytnutí přihlášek, příslušných materiálů, informací a pokynů žadatelům;
- registrování přihlášek, vyřízení a zpracování zprávy o výrobcích, kterým má být ekoznačka udělena;
- uzavření licenční smlouvy s žadatelem (na základě rozhodnutí ministra životního prostředí) a výběr registračního poplatku;
- evidence expertů a odborných stanovišť, autorizovaných a akreditovaných laboratoří a zkušeben.

- kontrola dodržování podmínek pro propůjčení ochranné známky u držitele ekoznačky. (CENIA, 2011a)

Proces žádosti o ekoznačku

Pro získání certifikátu Ekologicky šetrný výrobek / služba nebo EU Ecolabel musí žadatel splnit řadu administrativních náležitostí a zejména musí zajistit a doložit splnění environmentálních a technických kritérií produktu. Proces získání ekoznačky, tak jak jej popisuje CENIA (2012d) na svých webových stránkách je souhrnně zobrazen na obrázku 4.



Obr. 4. Proces žádosti o ekoznačku

Zdroj: Vlastní zpracování

1. Výběr vhodného typu ekoznačení

Nejdříve si firma zvolí, o který typ ekoznačení má zájem. Může se ucházet buď o získání české ekoznačky Ekologicky šetrný výrobek / služba anebo o získání ekoznačky Evropské unie EU Ecolabel. Zde záleží především na tom, na jaký trh se firma orientuje, zda výlučně na český nebo také na evropský. Firma se může rozhodnout také pro oba typy ekoznačení. Značka Ekologicky šetrný výrobek / služba může být udělena jen výrobkům a službám nabízeným na trhu České republiky. EU Ecolabel může být udělena produktům nabízeným na trhu alespoň jedné členské země EU.

2. Zařazení produktu do příslušné produktové skupiny

Druhým krokem je ověření, zda konkrétní výrobek nebo služba, pro který chce firma získat certifikát, spadá do některé z produktových skupin s existujícími platnými kritérii pro udělení ekoznačky. CENIA uveřejňuje na svých webových stránkách seznam produktových skupin a platných technických směrnic pro Ekologicky šetrný výrobek/službu. Seznam produktových skupin a platných technických směrnic Pro EU Ecolabel je uveřejněn na stránkách programu Ekoznačení EU. V případě, že pro určitý výrobek kritéria neexistují, je možné dát podnět k jejich vytvoření.

3. Zpracování požadované dokumentace a podání přihlášky

Dále je nutné obstarat dokumentaci s doklady o plnění jednotlivých kritérií pro příslušnou produktovou skupinu a kompletní dokumentaci spolu s vyplněnou přihláškou zaslat na CENIA, která posoudí, zda je náležitě doloženo plnění příslušných kritérií pro udělení ekoznačky a pokud je třeba, vyzývá žadatele o doplnění.

4a. Uhrazení registračního poplatku v případě udělení ekoznačky

CENIA je povinna přihlášku zpracovat do jednoho měsíce od obdržení. Pokud jsou dodané podklady v pořádku a splňují podmínky pro udělení ekoznačky, je žadatel vyzván k uhrazení registračního poplatku. Každý žadatel, který splnil podmínky pro získání ekoznačky, je povinen zaplatit registrační poplatek, aby získal certifikát o udělení ekoznačky. Registrační poplatek činí v základu 20 000 Kč u Ekologicky šetrného výrobku a 10 000 Kč u Ekologicky šetrné služby. U značky EU Ecolabel činí základní poplatek u výrobků i služeb 9 000 Kč. Dalším poplatkem je roční poplatek, který je v základu 5 000 Kč u Ekologicky šetrné služby, 15 000 Kč u výrobku s certifikátem EU Ecolabel a 0,15 % ročního obrátu u služby EU Ecolabel. Za certifikát Ekologicky šetrný výrobek se roční poplatek neplatí. Kompletní přehled o poplatcích za značku Ekologicky šetrný výrobek / služba poskytuje tabulka 1. V tabulce 2 je přehled poplatků za značku EU Ecolabel.

Tab. 1. Poplatky za značku Ekologicky šetrný výrobek / služba

Druh žadatele	Ekologicky šetrný výrobek		Ekologicky šetrná služba	
	Registrační poplatek	Roční poplatek	Registrační poplatek	Roční poplatek
Mikropodniky	10 000 Kč	-	5 000 Kč	2 500 Kč
Malé a střední podniky	15 000 Kč	-		
Podniky certifikované dle EMAS, ISO 14001, Čistší produkce, Držitelé ekoznačky	17 000 Kč	-		
Ostatní	20 000 Kč	-	10 000 Kč	5 000 Kč

Zdroj: CENIA, 2012d

Tab. 2. Poplatky za značku EU Ecolabel

Druh žadatele	Pro výrobky		Pro služby	
	Registrační poplatek	Roční poplatek	Registrační poplatek	Roční poplatek / sleva
Mikropodniky	9 000 Kč	11250 Kč	9 000 Kč	– 75 %
Malé a střední podniky				– 25 %
První tři žadatelé v produktové skupině				3 000 Kč
Podniky certifikované dle EMAS, ISO 14001		12750 Kč		– 15 %
Držitelé ekoznačky dle ISO 14024		10500 Kč		– 30 %
Ostatní		15 000 Kč		0,15 % ročního obrátu (min. 15 000 Kč, max. 750 000 Kč)
Maximální sleva uplatnitelná v součtu	-	7500 Kč	-	50 % (min. 15 000 Kč)

Zdroj: CENIA, 2012d

4b. Zamítnutí přihlášky

V případě negativního stanoviska CENIA písemně oznámí žadateli důvod zamítnutí přihlášky. Žadatel se může o ochrannou známku ucházet opakovaně, nejdříve však po uplynutí šesti měsíců.

5. Uzavření licenční smlouvy

Následuje vystavení certifikátu o udělení ekoznačky, dodání loga s registračním číslem a uzavření licenční smlouvy o právu používat ekoznačku. S právem používat ekoznačku jsou spojeny i povinnosti.

Povinnosti držitele ekoznačky jsou následující:

- „Ekoznačka smí být používána pouze na základě licenční smlouvy uzavřené s CENIA (v případě Ekoznačky EU i s jinou příslušnou agenturou v jakékoli členské zemi EU).
- Ekoznačka smí být používána pouze ve stanoveném (černobílém nebo barevném) provedení a vždy s registračním číslem.
- Ekoznačka smí být používána jen u výrobků a služeb, které jsou předmětem licenční smlouvy.
- K reklamě smí být ekoznačka použita jen tehdy, týká-li se reklama výrobku uvedeného v licenční smlouvě; nesmí být použita v rámci všeobecné reklamy firmy.
- Ekoznačka nesmí být přenechána třetí osobě.
- Pokud je to technicky možné, měla by být ekoznačka umístěna viditelným způsobem na výrobku. Pokud to možné není, může být po projednání s CENIA použita jiným způsobem.
- O významu ekoznačky je uživatel povinen poskytovat pravdivé informace.“

6. Žádost o prodloužení platnosti smlouvy

Platnost smlouvy je shodná s platností stávajících kritérií pro danou produktovou skupinu, nejdéle však tři roky. Pro prodloužení platnosti smlouvy je třeba doložit plnění aktuální (revidované) verze kritérií.

1.3.3 Vlastní environmentální tvrzení

Podle ISO 14021 je environmentální tvrzení prohlášení, značka nebo obrazec, která poukazuje na environmentální aspekt výrobku, součástky nebo obalu. Environmentálním aspektem se rozumí prvek činnosti, výrobků nebo služeb organizace, který může ovlivňovat životní prostředí. Environmentální aspekty, které příznivost produktu k životnímu prostředí mají dokázat, si vybírá vyhlašovatel sám. Může být uvedeno na výrobku nebo na obalu výrobku, v dokumentaci k výrobku, v technických bulletinech, v reklamě apod. (ČNI, 2000b)

Je vydáno výrobcem, dovozcem, distributorem, maloobchodníkem nebo jakoukoli další osobou, která by z takového tvrzení mohla mít prospěch, bez ověření či certifikace třetí stranou, ale musí být veřejně ověřitelné na základě informací zpřístupněných vyhlašovatelem. Vyhlašovatel však může dobrovolně nezávisle ověřit správnost a důvěryhodnost svého tvrzení podle zásad normy ČSN ISO 14021 a obdržet oficiální potvrzení úspěšného ověření a být zaregistrován do online databáze. (Hrubý, 2010)

Environmentální tvrzení můžeme rozdělit podle jejich formy a obsahu. Mezi nejčastější patří:

- **Obecná environmentální tvrzení:** „*přátelský k životnímu prostředí*“, „*zelený*“, „*neznečišťující*“, „*přátelský k ozonu*“, „*bezpečný pro životní prostředí*“, „*vyrobena ekologicky*“ atd. Tato tvrzení jsou však často zavádějící a nepřinášejí přesnou informaci o konkrétních vlivech výrobku na životní prostředí
- **Srovnávací tvrzení:** „*50% nárůst recyklovaného obsahu*“, „*o 50 % delší životnost*“ atp.
- **Specifická tvrzení:** pro specifická tvrzení jsou uvedeny podrobnější pokyny, které musí výrobek splnit. Specifickými tvrzeními jsou: „*kompostovatelný*“, „*obsah recyklovaného materiálu*“, „*degradovatelný*“, „*snížená spotřeba energie*“, „*konstruováno pro snadnější rozebíratelnost*“, „*snížená spotřeba vody*“, „*prodloužená životnost výrobku*“, „*snížené využití zdrojů*“, „*znovuzískaná energie*“, „*opakovaně použitelný a opakovaně naplnitelný*“, „*recyklovatelný*“, „*snížené množství odpadu*“.

- **Grafické symboly:** Mobiova smyčka (viz obrázek 5) označuje recyklovatelnost nebo obsah recyklovaného materiálu v závislosti na tom, jak je použita. Často jsou vyobrazovány také přírodní objekty. Měly by být použity pouze v případě, že výrobek má přímou souvislost s vyobrazeným objektem. (Hrubý, 2010)



Obr. 5. Mobiova smyčka

Zdroj: Ekolist.cz, 2010

Přestože je dodržování výše uvedených zásad u vlastních environmentalních tvrzení dobrovolné a mohlo by se zdát, že je možné tento nástroj lehce zneužít, vystavuje se vyhlášovatel při jejich porušení sankcím. Nejsilnějším nástrojem postihujícím klamavé použití vlastních environmentalních tvrzení je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, který zakazuje nekalé obchodní praktiky, které definuje mimo jiné takto: „*Obchodní praktika je nekalá, je-li jednání podnikatele vůči spotřebiteli v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil.*“ (Zákon č. 634/1992 Sb., § 4)

1.3.4 Environmentální prohlášení o produktu

Environmentální prohlášení o produktu (EPD) je dokument přinášející absolutní kvantifikovanou výpověď o vlivu daného produktu na životní prostředí a to ve všech fázích jeho životního cyklu, které zahrnují těžbu surovin a paliv, výrobu základních materiálů a energií, výrobu hodnoceného výrobku, přepravu, užití výrobku a jeho servis, demontáž, recyklaci nebo zneškodnění, čímž je vyloučeno přesouvání environmentálních zátěží mezi

jednotlivými fázemi životního cyklu výrobku. K základním environmentálním aspektům výrobku, které se v EPD v každé fázi životního cyklu vyhodnocují, patří:

- spotřeba přírodních zdrojů (materiálových i energetických);
- spotřeba vody;
- emise do ovzduší;
- emise do vod;
- produkce odpadů. (MŽP, 2007)

Základem je uplatnění metody hodnocení životního cyklu (LCA) podle norem ČSN ISO 14040-49, která může být ještě doplněna různými dalšími údaji. Program EPD se řídí Pravidly národního programu environmentálního značení, která vycházejí z pravidel Mezinárodního Systému EPD[®]. Hlavním účelem environmentálního prohlášení o produktu je možnost výrobce upozornit zákazníka, spotřebitele, popřípadě ostatní zájmové skupiny, věrohodným způsobem na výrobek, který má snížený negativní dopad na životní prostředí a který, z nejrůznějších důvodů, nelze označit ekoznačkou. Environmentální prohlášení typu III lze s výhodou kombinovat s environmentálními manažerskými systémy a environmentálním reportingem. (MŽP, 2007)

Základní technické požadavky, kterým má Environmentální prohlášení o produktu vyhovovat, stanovuje technická zpráva ČSN ISO 14025 Environmentální značky a prohlášení – Environmentální prohlášení typu III. Vymezuje také proces zpracování, ověření a certifikace. Samotné Environmentální prohlášení o produktu se zpracovává na základě pravidel produktových kategorií PCR – Product Category Rules. Tato pravidla obsahují metodické pokyny pro zpracování LCA u jednotlivých skupin produktů a na jejich tvorbě spolupracují příslušné odborné instituce s oborovými organizacemi daných průmyslových odvětví.

Environmentální prohlášení o produktu, u kterého je certifikována správnost obsahu a metodiky zpracování, může být oficiálně zaregistrováno s oprávněním používat ochrannou známku EPD (viz obrázek 6) a uvedeno ve veřejně přístupné databázi na internetu, která je tak zdrojem vědecky ověřených informací o vlivu produktů na životní prostředí a umožňuje porovnávat je mezi sebou. (CENIA, 2011e)



Obr. 6. *Logo Environmentální prohlášení o produktu*

Zdroj: CENIA, 2011d

2 Analýza situace na trhu ekoznačení

Jak uvádí CENIA, základem pro efektivní fungování programů ekoznačení je vytvoření dostatečně velkého trhu s označenými výrobky s dostatečnou nabídkou a poptávkou těchto produktů a služeb. Nebude-li dostatečná poptávka po produktech označených ekoznačkou, nebudou mít podniky důvod tyto výrobky a služby nabízet. Z tohoto důvodu se následující kapitola bude zabývat nejen nabídkou ekologicky šetrných výrobků a služeb a produktů označených značkou EU Ecolabel, ale také situací na straně poptávky. V první podkapitole bude analyzována poptávka po ekologicky šetrných výrobcích na základě výzkumného šetření INESAN a nabídka výrobků a služeb označených ekoznačkou na českém trhu. Druhá podkapitola bude zaměřena na analýzu nabídky a poptávky ekoznačení na trhu ubytovacích služeb.

2. 1 Poptávka a nabídka ekoznačení na trhu v České republice

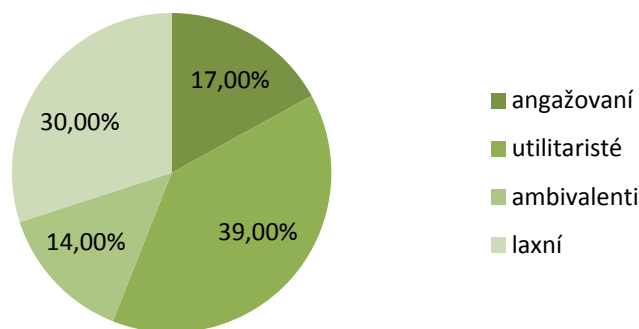
Tato podkapitola je věnována poptávce a nabídce produktů a služeb označených ekoznačkou na českém trhu. Z výsledků lze usuzovat na některé charakteristiky nabídky a poptávky ekoznačení na trhu ubytovacích služeb a lze učinit jejich srovnání s nabídkou a poptávkou všech produktů a služeb označených ekoznačkou na českém trhu obecně. Jak vyplývá z následujících dvou podkapitol, je poptávka i nabídka těchto výrobků a služeb nedostatečná pro vytvoření dostatečně velkého trhu, který by významně ovlivnil celkové dopady na životní prostředí. Pouze šestina spotřebitelů aktivně vyhledává tyto výrobky a pouze 97 podniků z přibližně 2,7 milionů nabízí celkem 201 výrobků nebo služeb označených ekoznačkou.

2.1.1 Poptávka po ekologicky šetrných výrobcích

V rámci podpory rozvoje a plánování budoucího vývoje ekoznačení, zejména Ekologicky šetrných výrobků a služeb, nechalo Ministerstvo životního prostředí v roce 2011 zpracovat

komplexní výzkumné šetření nezávislým Institutem evaluací a sociálních analýz (INESAN). Cílem tohoto šetření bylo zmapování situace v oblasti znalosti, propagace a nákupu ekologicky šetrných výrobků v České Republice. Výzkum probíhal v jednotlivých krajích ČR při zachování proporcionality zastoupení obyvatel z hlediska pohlaví, věku a velikosti místa bydliště respondentů. Zpracování dat a jejich analýza byla provedena na 1 027 respondentech.

Respondenti byli rozděleni na čtyři segmenty na základě jejich přístupu k nákupu ekologicky šetrných výrobků. V prvním segmentu se nachází angažovaní, kteří nakupují ekologicky šetrné výrobky pravidelně a aktivně je vyhledávají. Druhý segment tvoří utilitaristé. Ti mají o ekologicky šetrné výrobky zájem v případě, že jim přináší vyšší užitek než srovnatelné výrobky. Třetí segment jsou ambivalenti, jejichž postoj k nákupu ekologicky šetrných výrobků je proměnlivý a čtvrtým segmentem jsou laxní, tedy respondenti, kteří o nákup energeticky šetrných výrobků nejeví žádný zájem. Podíl jednotlivých segmentů je znázorněn na grafu. Z obrázku 7 je patrné, že 56 % respondentů je ochotných nakupovat Ekologicky šetrné výrobky, avšak pouze necelá pětina respondentů tyto výrobky vyhledává.



Obr. 7. Podíl jednotlivých segmentů na celkovém počtu respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování (podle INESAN, 2011)

Jednou z otázek, kterými se průzkum zabývá, je povědomí o environmentálním značení uváděném na obalech obecně. Z výsledků vyplývá, že největší povědomí měli respondenti

o materiálových značkách znázorňujících recyklovatelnost (např. Mobiova smyčka). Tři čtvrtiny respondentů znají tento symbol a téměř polovina odhadla, že tato značka souvisí s recyklací výrobku či obalu. Druhý nejznámější symbol je značka Ekologicky šetrný výrobek, kterou zná necelá třetina respondentů (31 %). Nejčastější znalost tohoto symbolu se vyskytuje u respondentů ve věku 30 – 39 let a u respondentů s vyššími příjmy a vzděláním. Značku EU Ecolabel zná pouze 18 % respondentů. Jsou to nejčastěji lidé ve věku 50 – 59 let, lidé s vyšším příjmem a vzděláním a ze segmentu angažovaných. Přibližně 60 % dotázaných nesleduje značení a symboly na obalech.

Průzkum také zjišťoval, zda je odhad významu symbolů EŠV, EŠS a EU Ecolabel správný. Respondentům byla předložena loga v podobě bez nápisu „Ekologicky šetrný výrobek / služba“ a „EU Ecolabel“ a ti měli za úkol odhadnout jejich význam. 38 % respondentů odhadlo správně význam loga Ekologicky šetrný výrobek. Mezi další nejčastější odhady patřily například „ekologické produkty ČR“, „přírodní výrobky“, „symbol ekologie“ nebo „vyrobeno v EU“. Správný význam loga EU Ecolabel odhadlo pouze 12 % respondentů, mezi nejčastější odhad patřilo „vyrobeno v EU“, „Evropská unie“ nebo „ochrana květin“.

Dalším zkoumaným faktorem bylo vnímání častých výroků o EŠV spotřebiteli a jejich postoj k Ekologicky šetrným výrobkům. Necelé dvě pětiny dotázaných se domnívají, že symboly deklarující ekologickou šetrnost jsou jen snahou dostat z lidí více peněz a třetina dotázaných považuje tyto symboly dokonce za podvod na zákaznících. Necelá třetina respondentů pak ekologicky šetrné výrobky nehodlá kupovat, pokud tak nebudou činit i ostatní. Téměř dvě třetiny respondentů by přivítali, pokud by na trhu bylo více výrobků šetrných k životnímu prostředí.

Z tabulky 3 vyplývá, že značení Ekologicky šetrný výrobek lidé vnímají převážně jako vyjádření zájmu výrobce o ekologii a věří, že je dokladem nižších dopadů na životní prostředí díky úpravám technologického procesu. Pouze 12 % respondentů si myslí, že není třeba splnění žádných podmínek k získání oprávnění pro používání loga a pětina respondentů si myslí, že se jedná pouze o marketingový trik. Dvě třetiny respondentů se domnívají, že ekoznačení zvyšuje cenu výrobku.

Tab. 3. *Hodnocení výroků o EŠV*

ekologické zaměření symbolu	nepravdivý v %	pravdivý v %
deklaruje zájem výrobce o ekologii	14	86
je dokladem změn při výrobě, které snižují dopady na životní prostředí	19	81
zaručuje, že výrobek je biologicky rozložitelný	33	67
znamená, že výrobek je vyroben z přírodních materiálů	34	66
spojení symbolu s recyklací	nepravdivý v %	pravdivý v %
je spojen se systémem recyklace	34	66
říká, že spotřebitel může takovýto obal třídit	42	58
označuje obaly, které se mají odevzdat do sběrného dvora	68	32
právní a regionální atributy symbolu	nepravdivý v %	pravdivý v %
smějí výrobci používat na základě splnění stanovených podmínek	12	88
je ochrannou známkou	34	66
označuje výrobek českého původu	58	42
nefunkčnost a negativní dopad symbolu	nepravdivý v %	pravdivý v %
zvyšuje cenu výrobku	34	66
je lákadlem pro některé spotřebitele	49	51
je jen marketingovým trikem	79	21

Zdroj: Vlastní zpracování (podle INESAN, 2011)

V oblasti prezentace značky Ekologicky šetrný výrobek se průzkum zaměřuje na povědomí o reklamě se symbolem EŠV, vlastnosti spojované se značkou EŠV a charakteristiky výrobku označeného tímto logem. Symbol EŠV již někdy v reklamě zaznamenal pouze 8 % respondentů. Nejčastěji si z těchto reklam vybavují motivy samotného symbolu EŠV, ekologické tematiky, výrobku šetrného k životnímu prostředí a kvalitního výrobku. Nejčastějšími vlastnostmi spojovanými se symbolem EŠV jsou ekologický, šetrný k životnímu prostředí, obyčejný, moderní, kvalitní, přírodní, příjemný, zajímavý, hezký, správný. Z charakteristik, které jsou vnímány spotřebiteli, se respondenti přikláněli k vlastnostem kvalitní, věrohodný, hezký, seriózní a za nejvýraznější vlastnosti lze označit moderní, drahý, pozitivní, příjemný a důvěryhodný. Z průzkumu také vyplývá, že čím více je spotřebitel s ekologicky šetrnými výrobky obeznámen, tím kladněji jej hodnotí. Toto se

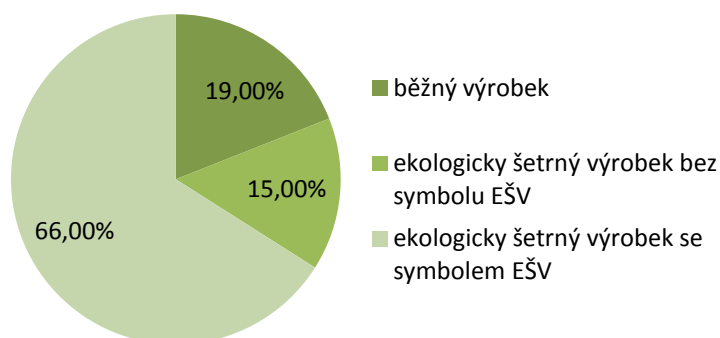
však netýká ceny, kterou hodnotí jako vyšší jak znalí, tak neznalí spotřebitelé. Více než čtyři pětiny respondentů hodnotí tento symbol jako atraktivní. Přibližně tři čtvrtiny respondentů pak považují tento symbol za snadno zapamatovatelný. Přibližně 70 % respondentů dále považuje tento symbol za odlišný od jiných symbolů, dvě třetiny jej považují za výrazný, lehce povšimnutelný. Podle 6 respondentů z 10 je symbol neurčitý a může znamenat mnoho různých vlastností a polovina respondentů by uvažovala o nákupu výrobků, pokud by byly označeny tímto symbolem.

Nejvíce preferovanými komunikačními kanály o výrobcích šetrných k životnímu prostředí jsou obaly jednotlivých výrobků, pořady v televizi a internet. Nejdůvěryhodnějším komunikačním kanálem jsou pak obaly jednotlivých výrobků, pořady v televizi a články v tisku. Z hodnocení důvěryhodnosti informací o ekologicky šetrných výrobcích od jednotlivých subjektů vyplývá, že dotázaní nejvíce důvěřují vědeckým pracovníkům, svým známým, přátelům, rodinným příslušníkům, sousedům a Ministerstvu životního prostředí. Nadpoloviční většina respondentů důvěřuje také spotřebitelským asociacím, Evropské komisi, starostovi obce, ekologickým aktivistům, místnímu úřadu a mezinárodním organizacím. Nejméně respondenti důvěřují průmyslovým podnikům a výrobcům.

V průzkumu lze také nalézt nejčastější důvody pro nákup ekologicky šetrného výrobku a běžného výrobku. Jako hlavní výhody ekologicky šetrných výrobků vidí respondenti především to, že chrání přírodu a životní prostředí, nepoškozují zdraví, že mají dobrý pocit z jejich nákupu, a že jsou úsporné a kvalitní. Za předpokladu stejné ceny by si osm respondentů z deseti koupilo raději ekologicky šetrný výrobek a jen dva respondenti z deseti by si pořídili běžný výrobek. Respondenti, kteří preferují nákup běžného výrobku tak činí především proto, že jsou zvyklí kupovat zavedené výrobky, protože jsou tyto výrobky levnější, protože nevěří ekologickému výrobku, a protože mají běžné výrobky vyzkoušené. Téměř čtyři pětiny respondentů si myslí, že je důležité kupovat ekologicky šetrné výrobky, a že nákupem těchto výrobků mohou podpořit výrobce ve snaze o snižování ekologické zátěže. Více než polovina dotázaných si nekupuje výrobky od výrobce, pokud se dozví, že poškozují životní prostředí a dvě pětiny respondentů vyhledávají při nákupu výrobky, které nepoškozují životní prostředí a jsou ochotni koupit

si výrobek, který nepoškozuje životní prostředí, i když nejsou tak výkonné a atraktivní jako ostatní výrobky.

Na základě preferovaného typu výrobku dle jeho šetrnosti lze definovat tři segmenty respondentů. Prvním segmentem jsou respondenti, kteří preferují nákup ekologicky šetrného výrobku označeného symbolem EŠV, do druhého segmentu patří respondenti, kteří preferují nákup ekologicky šetrného výrobku bez symbolu EŠV a třetí segment tvoří ti, kteří preferují nákup běžného výrobku. V tomto segmentu převažují muži s nižším příjmem a vzděláním, lidé ze segmentu laxních a ti, co neznají symbol EŠV. Zastoupení jednotlivých segmentů je zobrazeno na obrázku 8.



Obr. 8. Preferovaný typ výrobku

Zdroj: Vlastní zpracování (podle INESAN, 2011)

V rámci výzkumného šetření bylo zjišťováno, za jakých podmínek by si respondenti koupili výrobek označený symbolem EŠV. Téměř 9 respondentů z 10 by si tento výrobek koupilo, pokud by se jednalo o výrobek, který běžně kupují, 8 z 10 respondentů by si tento výrobek koupilo, pokud by byl levnější než podobné výrobky bez tohoto označení. Dvě třetiny dotázaných by pak tento výrobek koupily, pokud by pocházel od známého výrobce. Necelá polovina respondentů by si tento výrobek koupila, pokud by ho viděli v reklamě. Pokud by byl výrobek označený symbolem EŠV dražší, než srovnatelné výrobky bez tohoto symbolu, tak by si ho koupila přibližně třetina respondentů.

Jako hlavní překážky nákupu hodnotí cenu, dostupnost, nízkou kvalitu, nedostatek času a domněnku, že výrobky nepřispívají k ochraně životního prostředí. Více než tři čtvrtiny respondentů považují ekologicky šetrné výrobky za drahé, sedm z deseti respondentů souhlasí s tím, že je těchto výrobků na trhu málo. Polovina respondentů uvedla, že ekologicky šetrné výrobky nejsou dostupné v obchodech, ve kterých nakupují, a že se tyto výrobky nedají rozeznat od ostatních. Přibližně čtvrtina respondentů souhlasí s tím, že ekologicky šetrné výrobky nepřispívají k ochraně životního prostředí a jsou nekvalitní. Tento názor zastávají především lidé ve věku 40 – 49 let, muži, respondenti ze segmentu laxních a lidé s nižším příjmem a vzděláním. Tři čtvrtiny respondentů souhlasí s názorem, že většina spotřebitelů si ekologicky šetrné výrobky nekupuje. Přibližně tři pětiny respondentů tvrdí, že vyhledávat ekologicky šetrné výrobky je náročné, že nemají čas při nákupu myslet na životní prostředí, a že svými nákupními zvyklostmi stejně nemohou ovlivnit nabídku zboží.

2.1.2 Nabídka výrobků a služeb označených ekoznačkou

V této podkapitole jsou uvedeny výsledky vlastní analýzy nabídky ekologicky šetrných výrobků a služeb a produktů označených značkou EU Ecolabel na českém trhu, která byla zpracována na základě údajů zveřejněných ve statistických ročenkách životního prostředí České republiky v letech 2005 až 2011 a z údajů zveřejněných na webových stránkách CENIA, zejména z databáze výrobků a služeb s propůjčenými ekoznačkami Ekologicky šetrný výrobek/služba a Ekoznačka EU.

Aby trh s těmito výrobky naplnil očekávané snížení celkového dopadu činností podniků na životní prostředí, je nutné, aby byl dostatečně velký a aby zajistil dostatečně pestrý sortiment, který bude spotřebitelům snadno dostupný. Snahou programu označování ekologicky šetrných výrobků a služeb je, aby přísným kritériím vyhovělo 20 - 25 % „ekologicky nejšetrnějších“ výrobců a poskytovatelů služeb.

Jak je patrné z tabulky 4, celkový počet ekonomických subjektů registrovaných v České republice je přibližně 2,7 milionu, z toho je pětina registrována v Praze.

Tab. 4. Počet registrovaných ekonomických subjektů v České republice k 31. 12. 2011

Lokalita	Ekonomické subjekty	Podíl subjektů v %
Praha	529 377	20
Součet v krajích (mimo Prahy)	2 174 067	80
C e l k e m	2 703 444	100,00

Zdroj: ČSÚ

Tabulka 5 ukazuje počet držitelů ekoznačení, rozdělených podle typů ekoznačky. Celkový počet držitelů ekoznačení je 97, což je pouze 3,6 % z celkového počtu ekonomických subjektů. V Praze je registrována více než čtvrtina certifikovaných podniků. Celkem 85 podniků má propůjčen certifikát Ekologicky šetrná služba nebo výrobek, 16 podniků má evropský certifikát EU Ecolabel a 5 podniků používá obě ekoznačky.

Tab. 5. Počet držitelů ekoznačky k 2. 4. 2012

Lokalita	Držitelé EŠV / EŠS	Držitelé EU Ecolabel	Držitelé ekoznačení celkem	Podíl držitelů ekoznačení v %
Praha	22	5	25	26
Součet v krajích (mimo Prahy)	63	11	71	74
C e l k e m	85	16	96	100,00

Zdroj: Vlastní zpracování (podle CENIA, 2012e)

Zájem zahraničních dovozců zboží o českou ekoznačku není také příliš velký. Pouze tři zahraniční společnosti jsou držiteli certifikátu Ekologicky šetrný výrobek. Jedná se o taiwanskou společnost ASUSTek Computer, která si nechala certifikovat své přenosné počítače, maďarského výrobce papírových tašek Onix Packaging a polský podnik Hartmann Polska, který získal certifikát pro své papírovinové obaly na vejce. V České

republiky si také nechali certifikovat značkou EU Ecolabel své produkty italský výrobce textilií Marzotto a taiwanská společnost Champion Building Materials, výrobce tvrdých podlahových krytin.

Celkem je v České republice certifikováno 191 výrobků označených logem Ekologicky šetrný výrobek nebo EU Ecolabel a 10 služeb označených logem Ekologicky šetrná služba nebo EU Ecolabel. 178 výrobků má označení EŠV, 34 výrobků nese evropské logo „Květiny“. Logo EŠS má 6 služeb a logo „Květiny“ také 6 služeb. Některé výrobky a služby mají zároveň obě ekoznačky.

V tabulce 6 je zachycen vývoj značení Ekologicky šetrný výrobek (první certifikát Ekologicky šetrná služba byl udělen až v roce 2006) v letech 1994 až 2005. První čtyři roky fungování programu lze zaznamenat nevýraznou avšak rostoucí tendenci počtu držitelů ekoznačení, v roce 1998 a 2000 byl však zaznamenán pokles oproti předchozímu roku. Nejvýraznější nárůst držitelů ekoznačení se projevuje v roce 2001, kdy se jejich počet zvýšil dvojnásobně (s výjimkou v roce 1995, kdy byl program na počátku a držitelů bylo velice málo). Od tohoto roku je nárůst počtu držitelů velice pozvolný a pohybuje se mezi 6 až 11 držiteli ročně. Počet výrobních kategorií se zvyšuje téměř každý rok (s výjimkou let 2000 a 2003, kdy zůstal neměnný) v průměru o 4. Počet výrobků s licenci Ekologicky šetrný výrobek byl po celou dobu rostoucí v průměru o 17.

Tab. 6. Vývoj ekoznačení Ekologicky šetrný výrobek v letech 1994-2005

Rok	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Počet uzavřených licencí	6	34	50	68	73	100	103	118	136	158	174	189
Počet výrobních kategorií	6	10	17	21	25	26	26	29	31	31	39	47
Počet držitelů	3	10	17	21	18	26	24	48	55	61	72	81

Zdroj: Vlastní zpracování (podle CENIA, ČSÚ, MŽP)

Tabulka 7 zachycuje vývoj značení Ekologicky šetrný výrobek a služba v letech 2006 až 2011. Data z roku 2011 nejsou k dispozici. Do roku 2010 je celkem stabilní nárůst počtu držitelů, který se pohybuje od 3 do 7 držitelů ročně. Počet uzavřených licencí stoupá mezi lety 2006 až 2009 v rozpětí mezi 4 až 11 licencemi ročně. V roce 2010 však nastal výrazný pokles počtu uzavřených licencí, který je možno dát do souvislosti s přijetím přísnějších kritérií pro udělení české ekoznačky, která jsou v současnosti prakticky totožná s kritérii pro udělení evropského ekoznačení EU Ecolabel. V případě porovnání s údaji z tabulky 5 je patrné, že v roce 2012 poklesl počet držitelů ekoznačení o sedmnáct oproti roku 2010.

Tab. 7. *Vývoj ekoznačení Ekologicky šetrný výrobek / služba v letech 2006 - 2010*

Rok	2006	2007	2008	2009	2010
Počet uzavřených licencí	193	197	205	216	192
Počet skupin výrobků	47	50	56	57	62
Počet kategorií služeb	3	3	5	5	5
Počet držitelů	82	89	92	95	102

Zdroj: Vlastní zpracování (podle CENIA, ČSÚ, MŽP)

Tabulka 8 podává přehled o vývoji ekoznačení EU Ecolabel v České republice v letech 2006 až 2010. Počet kategorií služeb je neměnný a zůstává na počtu dvou. Počet uzavřených licencí a držitelů ekoznačky je rostoucí, s výjimkou roku 2010, ve kterém poklesl počet držitelů licence o tři. Tento pokles je pravděpodobně způsoben faktem, že pět ubytovacích zařízení nepodalo žádost o prodloužení licence a svou účast v programu ekoznačení ukončilo. Průměrný meziroční přírůstek uzavřených licencí je 7.

Tab. 8. *Vývoj ekoznačení EU Ecolabel v letech 2006 -2010*

Rok	2006	2007	2008	2009	2010
Počet uzavřených licencí	4	8	18	30	33
Počet skupin výrobků	23	23	22	25	25
Počet kategorií služeb	2	2	2	2	2
Počet držitelů	4	8	14	16	13

Zdroj: Vlastní zpracování (podle CENIA, ČSÚ, MŽP)

Největší počet výrobků označených ekoznačkou je v těchto skupinách:

- plynové kotle (37 výrobků)
- nábytek (33 výrobků)
- náterové hmoty ředitelné vodou (25 výrobků)
- přenosné počítače (19 výrobků)
- čisticí, mycí a úklidové prostředky (19 výrobků)

Největší počet držitelů licence je v těchto skupinách:

- nábytek (27 držitelů)
- plynové kotle (11 držitelů)
- čisticí, mycí a úklidové prostředky (8 držitelů)
- ubytovací služby pro turisty (7 držitelů)
- náterové hmoty ředitelné vodou (6 držitelů)

2.2 Analýza ekoznačení na trhu ubytovacích služeb

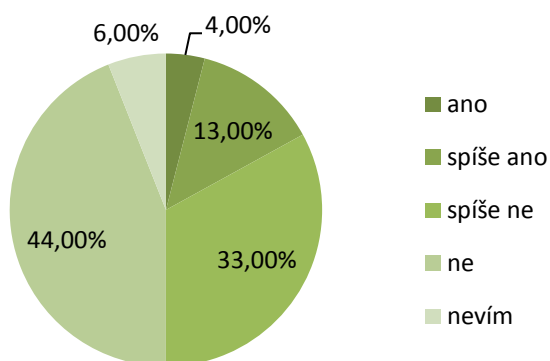
Následující kapitola je věnována analýze situace na trhu ubytovacích služeb. První podkapitola analyzuje poptávku spotřebitelů po ekologickém ubytování. V druhé podkapitole je provedena analýza nabídky ekologicky šetrných ubytovacích služeb a jejich postoj k ekoznačení na základě vlastního dotazníkového šetření.

2.2.1 Poptávka po ekologicky šetrných ubytovacích službách

Tato podkapitola se zabývá poptávkou po ekologicky šetrných ubytovacích službách, kterými jsou myšleny zejména hotely, které zmírňují dopady své činnosti na životní prostředí, aniž by musely vlastnit přímo certifikát ekologické šetrnosti. Celkové hodnocení této poptávky vychází z výsledků dotazníkového šetření týkajícího se povědomí veřejnosti o ekologických hotelech a využívání ekologických konceptů v hotelových provozech, které bylo provedeno v období od 11. 03. 2012 do 31. 03. 2012 studentem Vysoké školy hotelové. (Romanowski, 2012)

Z výsledků průzkumu, který proběhl na 135 respondentech (většinou ve věku 15 – 34 let), vyplývá, že přibližně 44 % respondentů ví, co jsou ekologické hotely, ale neshodují se na způsobech, jakými jsou hotely úspornější. Téměř každý pátý respondent si myslí, že využívání ekologických konceptů v ubytovacích provozech nemá ve skutečnosti pozitivní vliv na životní prostředí a že návštěva takového zařízení má negativní nebo žádný vliv na hosty v jejich budoucím přístupu k životnímu prostředí.

Přibližně 77 % respondentů odpovědělo, že při jejich výběru nehraje roli, zda hotel při svém provozu využívá ekologické koncepty zmírňující dopady na životní prostředí a pouze 17 % respondentů uvedlo, že tento fakt jejich rozhodnutí ovlivní. Podíl jednotlivých odpovědí je znázorněn na obrázku 9.



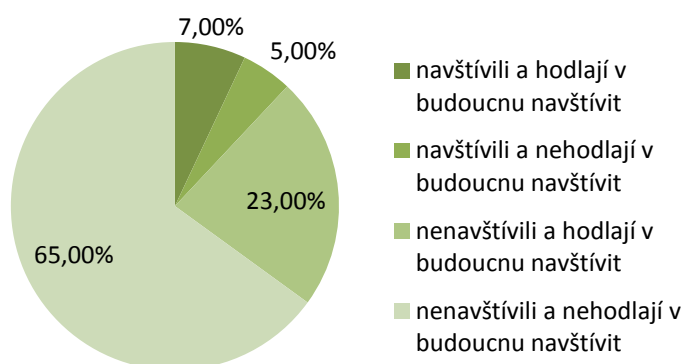
Obr. 9. Výběr hotelu na základě ekologické šetrnosti

Zdroj: Vlastní zpracování (podle Romanowski, 2012)

Téměř polovina dotázaných (46 %) si myslí, že využívání těchto konceptů neovlivní úroveň poskytovaných služeb, naopak třetina respondentů si myslí, že kvalita služeb bude tímto faktem ovlivněna. Sedm z deseti dotázaných předpokládá, že bude mít využívání ekologických konceptů vliv na cenu a pouze 16 % si myslí, že nikoliv. Necelá třetina respondentů by byla ochotna zaplatit vyšší cenu za ubytování v ekologickém hotelu oproti cenám konkurenčních „neekologických“ ubytovacích zařízení. Více jak polovina dotázaných by se při vyšší ceně ubytování v ekologicky šetrnějším zařízení neubytovala.

Pro více než polovinu respondentů (54 %) je důležité, aby hotely dodržující ekologické koncepty vlastnily certifikát deklarující jejich skutečně šetrný přístup k přírodě. A třetina dotázaných by pak upřednostnila takovýto certifikovaný hotel před ostatními ekologickými hotely, které sice ekologické principy dodržují, ale tento certifikát nemají.

Jak lze vidět na obrázku 10, téměř devět respondentů z deseti nikdy nenavštívilo ekologicky šetrnější hotel a sedm z deseti odpovědělo, že ho ani v budoucnosti navštívit nehodlá. Z respondentů, kteří ekologicky šetrnější hotel navštívili, jich necelá polovina neuvažuje o budoucí návštěvě takového ubytovacího zařízení.



Obr. 10. *Návštěvnost ekologických hotelů*

Zdroj: Vlastní zpracování (podle Romanowski, 2012)

Devět z deseti dotázaných má potom názor, že je veřejnost nedostatečně informovaná o činnostech ekologických ubytovacích zařízení a o tom, jakými způsoby tyto hotely zmírňují dopady na životní prostředí při svém provozu. Polovina dotázaných pak považuje současnou nabídku ekologických ubytovacích zařízení za malou a přes 40 % nemá o této nabídce představu. Téměř 60 % dotázaných pak odhaduje poptávku po takovýchto ubytovacích zařízeních za malou a necelá třetina nemá o této poptávce představu.

2.2.2 Nabídka ekologicky šetrných ubytovacích služeb

Tato kapitola se zabývá nabídkou ubytovacích služeb, které mají propůjčen certifikát Ekologicky šetrná služba nebo EU Ecolabel, dále ubytovacími službami, které tento certifikát měli propůjčen v minulosti a rozhodly se jej znovu neobhajovat a analyzuje vztah ubytovacích zařízení k ekoznačení obecně. Tato kapitola vychází zejména z údajů zveřejněných na webových stránkách CENIA, zejména z databáze výrobků a služeb s propůjčenými ekoznačkami Ekologicky šetrný výrobek/služba a Ekoznačka EU, dále z rozhovorů s některými ubytovacími zařízeními, které provedl Ekolist a z výsledků vlastního dotazníkového šetření.

V tabulce 9 je zobrazen počet ubytovacích zařízení v České republice ke konci roku 2011 a jejich podíl v Praze a ostatních krajích. Celkem je na našem území 4300 ubytovacích zařízení, 12 % je v Praze.

Tab. 9. Počet ubytovacích zařízení v České republice k 31. 12. 2011

Lokalita	Počet ubytovacích zařízení	Podíl ubytovacích zařízení v %
Praha	531	12
Součet v krajích (mimo Prahy)	3769	88
C e l k e m	4300	100,00

Zdroj: ČSÚ

Tabulka 10 ukazuje celkový počet ubytovacích zařízení, která byla anebo jsou držiteli ekoznačení od roku 2006, kdy byl certifikován první ekologicky šetrný hotel v České republice (hotel Adalbert), do současnosti. Celkem bylo certifikováno 12 ubytovacích zařízení, a tři zařízení vlastnila obě ekoznačky. Polovina certifikovaných zařízení byla v Praze. Všechna ubytovací zařízení, která se neucházela o obnovení licence, byla držiteli certifikátu EU Ecolabel a jedno ubytovací zařízení navíc bylo držitelem EŠS.

Tab. 10. *Držitelé certifikátu od roku 2006 do roku 2012*

Lokalita	Držitelé EŠS	Držitelé EU Ecolabel	Držitelé ekoznačení celkem	Podíl držitelů ekoznačení v %
Praha	3	6	6	50
Součet v krajích (mimo Prahy)	1	5	6	50
C e l k e m	4	11	12	100,00

Zdroj: CENIA

V současnosti (viz tabulka 11) je certifikováno sedm ubytovacích zařízení, z nichž dvě jsou držiteli jak certifikátu Ekologicky šetrná služba, tak EU Ecolabel. Převažují držitelé evropské ekoznačky, kterých je šest. Pouze jedno ubytovací zařízení má propůjčenou jen českou ekoznačku. Pět ubytovacích zařízení je v Praze a pouze dvě v jiném kraji. Ze znatelnějšího rozdílu mezi podílem všech ubytovacích zařízení v Praze, který je přibližně 12 % a podílem ubytovacích zařízení v Praze držících certifikát ekoznačení, který je 71 %, je možné usuzovat, že certifikát je spíše raritou, která slouží k oslovení zahraniční klientely (čemuž odpovídá i fakt, že pouze jedno zařízení je držitelem jen českého certifikátu, všechna ostatní mají buď pouze evropský certifikát, nebo oba) a koresponduje se situací, že v hlavním městě lze nalézt širší spektrum služeb uspokojujících téměř každého klienta.

Tab. 11. Držitelé certifikátu v roce 2012

Lokalita	Držitelé EŠS	Držitelé EU Ecolabel	Držitelé ekoznačení celkem	Podíl držitelů ekoznačení v %
Praha	2	5	5	71
Součet v krajích (mimo Prahy)	1	1	2	29
Celkem	3	6	7	100,00

Zdroj: CENIA

Přehled ubytovacích zařízení nabízejících ekologicky šetrné ubytovací služby

V tabulce 12 je uveden přehled veškerých současných ubytovacích zařízení, která jsou držiteli certifikátu EŠS nebo Flower. Z tabulky je patrné, že výrazně převažují hotely a to zejména čtyřhvězdičkové. Mezi držiteli je pouze jediný penzion, který je součástí ekologického institutu Veronica Hostětín, který kromě ekologicky šetrného ubytování provozuje celou řadu dalších environmentálních aktivit. Celkově se jedná spíše o ubytovací zařízení vyšší kategorie s minimálním počtem tří hvězdiček. Jsou zastoupena malá, střední i velká ubytovací zařízení s cenami pohybujícími se od 300 Kč za osobu a noc v nejlevnějším zařízení (penzionu) až od 2000 Kč za osobu a noc v nejdražších čtyřhvězdičkových a pěti hvězdičkových hotelech.

Tab. 12. Certifikovaná ubytovací zařízení v roce 2012

Typ zařízení	Název	Počet pokojů	Cena za osobu / noc od (v Kč), zaokrouhleno na stokoruny ²	Certifikát	Lokalita
Penzion***	Centrum Veronika	10	300	EŠS	Hostětín

² Ceny, které byly uvedené v eurech, jsou přepočteny kurzem ČNB ze dne 22. 3. 2012 (24,74 CZK / 1 EUR)

Tab. 12. *Certifikovaná ubytovací zařízení v roce 2012(dokončení)*

Typ zařízení	Název	Počet pokojů	Cena za osobu / noc od (v Kč), zaokrouhleno na stokoruny	Certifikát	Lokalita
Hotel***	Adalbert	23	600	EŠS, Flower	Praha
Hotel****	Mosaic house	64	500	EŠS, Flower	Praha
Hotel*****	Jurys Inn	214	500	Flower	Praha
Hotel*****	Chateau Mcely	23	1900	Flower	Mcely
Hotel*****	Adria	111	2000	Flower	Praha
Hotel*****	Plaza Alta	87	600	Flower	Praha

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 13 podává přehled o ubytovacích zařízeních, která byla držiteli certifikace do roku 2010. Pouze jedno ubytovací zařízení se nacházelo v Praze, ostatní v jiných krajích. Obecně se jednalo spíše o menší a střední ubytovací zařízení s maximálně 36 pokoji. Celkový výběr v roce 2010 byl pestřejší a oproti současnosti nabízel navíc možnost ubytování v dvouhvězdičkovém penzionu anebo sporthotelu. Cenově se ubytování pohybovalo od 400 až 1000 Kč za osobu a noc v závislosti na úrovni ubytování.

Tab. 13. *Certifikovaná ubytovací zařízení do roku 2010*

Typ zařízení	Název	Počet pokojů	Cena za osobu / noc od (v Kč), zaokrouhleno na stokoruny ³	Certifikát	Lokalita
Sporthotel*****	Zátoň	36	500	Flower	Zátoň

³ Cený, které byly uvedené v eurech, jsou přepočteny kurzem ČNB ze dne 22. 3. 2012 (24,74 CZK / 1 EUR).

Tab. 13. *Certifikovaná ubytovací zařízení do roku 2010 (dokončení)*

Typ zařízení	Název	Počet pokojů	Cena za osobu / noc od (v Kč), zaokrouhleno na stokoruny	Certifikát	Lokalita
Hotel****	MaMaison Residence	30	1000	EŠS, Flower	Praha, centrum
Penzion**	Jana	7	400	Flower	Děčín
Penzion***	Jelen	9	400	Flower	Vranov nad Dyjí
Hotel***	Irida	21	900	Flower	Plzeň

Zdroj: Vlastní zpracování

Výsledky vlastního dotazníkového šetření analyzujícího postoj ubytovacích zařízení k ekoznačení

Za účelem zpracování uceleného obrazu nabídky certifikovaných ubytovacích služeb bylo uskutečněno vlastní dotazníkové šetření, jehož cílem je zjištění postoje ubytovacích zařízení k ekoznačení. Ubytovací zařízení byla před samotným šetřením rozdělena do tří segmentů. V prvním segmentu se nachází ubytovací zařízení, která v současnosti vlastní certifikát EŠS anebo Flower (tabulka 10), na tento segment se zaměřuje 1. část dotazníkového šetření. Druhým segmentem jsou ubytovací zařízení, která nepodala žádost o prodloužení licence a certifikaci již nemají (tabulka 11), tímto segmentem se zabývá 2. část dotazníkového šetření. Třetí segment tvoří ostatní ubytovací zařízení, která certifikaci nemají a ani v minulosti neměla a těm se věnuje 3. část dotazníkového šetření.

Dotazníkové šetření proběhlo v období od 10. dubna 2012 do 20. dubna 2012. Respondenti ze všech segmentů byli osloveni emailem, ve kterém byl uveden odkaz na online dotazník s otázkami přizpůsobenými charakteru daného segmentu. Celkem bylo osloveno 267 respondentů, dotazník vyplnilo 38 dotázaných, celková návratnost je tedy 14 %. Způsob výběru respondentů je uveden níže pro každý segment zvlášť.

1. část dotazníkového šetření

Cílem této části šetření bylo zjistit důvody, které vedly k zavedení certifikace, do jaké míry byly naplněny, jaké jsou nedostatky programů ekoznačení z pohledu segmentu ubytovacích zařízení, která v současnosti vlastní certifikát EŠS anebo Flower (tabulka 10) a jakým způsobem se sami podílí na propagaci.

V prvním segmentu bylo osloveno všech sedm ubytovacích zařízení. Na dotazník odpověděly dva pražské hotely, návratnost je tedy 27 %.

Výsledky 1. části dotazníkového šetření jsou následující:

Hotely, se shodují, že důvodem pro zavedení certifikace bylo zvýšení prestiže ubytovacího zařízení, konkurenční výhoda, garance EU, že poskytované služby jsou kvalitní a ekologicky šetrnější a vlastní zájem o ochranu životního prostředí. Oba hotely se shodují, že důvodem pro získání certifikátu nebylo zvýšení návštěvnosti tuzemských zákazníků. Přehled důvodů a ukazuje tabulka 14.

Tab. 14. *Otázka č. 1: Jaké důvody vás vedly k zavedení certifikace EU Ecolabel?*

Důvod	Rozhodně ano (počet odpovědí)	Spíše ano (počet odpovědí)	Spíše ne (počet odpovědí)
Zvýšení návštěvnosti tuzemských zákazníků	0	0	2
Zvýšení návštěvnosti zahraničních návštěvníků	0	1	1
Zvýšení prestiže ubytovacího zařízení	1	1	0
Konkurenční výhoda	0	2	0
Garance EU, že poskytované služby jsou kvalitní a ekologicky šetrnější	0	2	0
Vlastní zájem o ochranu životního prostředí	1	1	0
Jiný důvod	Možnost využití při PR a marketingových akcích.		

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak ukazuje tabulka 15, hotely se shodují na tom, že byla naplněna jejich očekávání, co se týká zvýšení prestiže a konkurenční výhody. V oblasti zvýšení návštěvnosti nikoliv. V tabulce je znázorněn počet odpovědí.

Tab. 15. *Otázka č. 2: Naplnilo získání certifikátu vaše očekávání v těchto oblastech?*

Očekávání	Spíše ano (počet odpovědí)	Spíše ne (počet odpovědí)
Zvýšení návštěvnosti tuzemských zákazníků	0	2
Zvýšení návštěvnosti zahraničních návštěvníků	0	2
Zvýšení prestiže ubytovacího zařízení	2	0
Konkurenční výhoda	2	0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 16 ukazuje počet odpovědí na otázku týkající se nedostatků programů ekoznačení. Jako jednoznačný nedostatek vidí ubytovací zařízení nedostatečnou propagaci.

Tab. 16. *Otázka č. 3: Jaké jsou podle vás nedostatky programů ekoznačení v oblasti ubytovacích služeb?*

Nedostatky	Rozhodně ano (počet odpovědí)	Spíše ano (počet odpovědí)	Spíše ne (počet odpovědí)
Nedostatečná propagace programu	2	0	0
Příliš přísná kritéria z hlediska nákladů na jejich splnění	0	0	2
Příliš přísná kritéria, která snižují kvalitu poskytovaných služeb	0	0	2
Složitý proces získání certifikátu	0	1	1

Zdroj: Vlastní zpracování

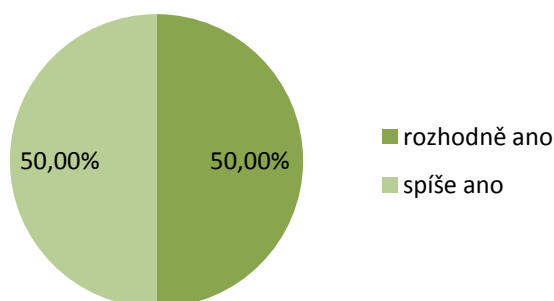
Jak lze vidět v tabulce 17, v oblasti forem využití ekoznačky při propagaci svých služeb bylo uvedeno nejčastěji: umístění loga "EU Ecolabel" a informace o konkrétních činnostech a opatřeních na webových stránkách a v propagačních materiálech, reklama na internetových portálech.

Tab. 17. *Otázka č. 4: Jakým způsobem využíváte ekoznačení při propagaci svých služeb?*

Forma propagace	Počet odpovědí
Umístění loga "EU Ecolabel" na webových stránkách.	2
Umístění loga "EU Ecolabel" v propagačních materiálech.	2
Informace o konkrétních činnostech a opatřeních k dispozici na webových stránkách.	2
Informace o konkrétních činnostech a opatřeních k dispozici v propagačních materiálech.	1
Reklama v televizi.	0
Reklama na internetových portálech.	1
Reklama v rozhlasu.	0

Zdroj: Vlastní zpracování

Na otázku, zda se budou i v budoucnosti ucházet o prodloužení licence odpověděl jeden hotel spíše ano a druhý rozhodně ano (viz obrázek 11).



Obr. 11 *Otázka č. 5: Hodláte se i v budoucnosti ucházet o prodloužení licence?*

Zdroj: Vlastní zpracování

Zhodnocení naplnění cílů 1. části dotazníkového šetření:

Dotazník vyplnila v tomto segmentu více než čtvrtina dotázaných, návratnost byla tedy poměrně vysoká. Lze tedy říci, že z výsledků lze rozpoznat důvody, které ubytovací zařízení vedou k zavedení certifikace (mezi ty patří zejména vlastní zájem o ochranu životního prostředí, zvýšení prestiže, konkurenční výhoda a garance ekologické šetrnosti ze strany EU) a dále míru jejich naplnění, která je spíše vysoká v oblasti zvýšení prestiže a konkurenční výhody a naopak spíše nízká v oblasti zvýšení návštěvnosti. Také je možné usuzovat na nedostatky programů ekoznačení z pohledu tohoto segmentu (nejčastěji je uváděna nedostatečná propagace) a nejčastější způsoby, jakými se ubytovací zařízení podílí na propagaci ekoznačení (umístění loga "EU Ecolabel" na webových stránkách a v propagačních materiálech a umístění informací o konkrétních činnostech a opatřeních na webových stránkách). Cíl byl tedy splněn.

2. část dotazníkového šetření

Cílem této části šetření bylo zjistit důvody, které vedly k zavedení certifikace, do jaké míry byly naplněny, jaké jsou nedostatky programů ekoznačení z pohledu segmentu ubytovacích zařízení, která nepodala žádost o prodloužení licence a certifikaci již nemají (tabulka 11) a jaké byly hlavní důvody pro ukončení účasti v programu ekoznačení.

Ve druhém segmentu bylo osloveno všech pět ubytovacích zařízení a na dotazník odpověděl jeden penzion, návratnost je tedy 20 %.

Výsledky 1. části dotazníkového šetření zobrazuje tabulka 18. Hlavními důvody, které vedly k zavedení certifikace, bylo zvýšení počtu zahraničních klientů, zvýšení prestiže ubytovacího zařízení a konkurenční výhoda a ani jedno z těchto očekávání nebylo naplněno. Jako hlavní nedostatky tohoto programu vidí zástupce druhého segmentu nedostatečnou propagaci a složitý proces získání certifikátu. Důvodem pro ukončení účasti v programu ekoznačení potom bylo jednoznačně nenaplnění výše zmíněných očekávání. V budoucnu se nehodlají ucházet opět o získání licence ani v případě, pokud by byly odstraněny příčiny, kvůli kterým licenci neprodloužili.

Tab. 18. *Výsledky 2. části dotazníkového šetření*

Otázka č. 1: Jaké důvody vedly k zavedení certifikace EU Ecolabel ve vašem ubytovacím zařízení?	Odpověď
Zvýšení počtu tuzemských klientů	Rozhodně ano
Zvýšení počtu zahraničních návštěvníků	Rozhodně ano
Zvýšení prestiže ubytovacího zařízení	Rozhodně ano
Konkurenční výhoda	Rozhodně ano
Garance EU, že poskytované služby jsou kvalitní a ekologicky šetrnější	Rozhodně ne
Vlastní zájem o ochranu životního prostředí	Rozhodně ne
Otázka č. 2: Naplnilo získání tohoto certifikátu vaše očekávání v těchto oblastech?	Odpověď
Zvýšení počtu tuzemských klientů	Rozhodně ne
Zvýšení počtu zahraničních návštěvníků	Rozhodně ne
Zvýšení prestiže ubytovacího zařízení	Rozhodně ne
Konkurenční výhoda	Rozhodně ne
Otázka č. 3: Jaké jsou podle vás nedostatky programů ekoznačení v oblasti ubytovacích služeb?	Odpověď
Nedostatečná propagace programu	Rozhodně ano
Složitý proces získání certifikátu	Spíše ano
Příliš přísná kritéria z hlediska nákladů na jejich splnění	Spíše ne
Příliš přísná kritéria, která snižují kvalitu poskytovaných služeb	Spíše ne
Otázka č. 4: Z jakých důvodů jste se rozhodli neucházet o prodloužení licence?	Odpověď
Nenaplnění očekávání (viz otázka č. 3)	Rozhodně ano
Neochota dále plnit některá původní kritéria ⁴ , protože snižují kvalitu poskytovaných služeb	Spíše ne
Neochota splnit nová zpřísněná kritéria ⁵ , protože snižují kvalitu poskytovaných služeb	Spíše ne
Vysoké náklady související se splněním nových kritérií	Spíše ne
Složitý proces prodloužení platnosti certifikátu	Rozhodně ne

⁴ kritéria platná do roku 2010

⁵ kritéria platná od roku 2010

Tab. 18. *Výsledky 2. části dotazníkového šetření (dokončení)*

Otázka č. 5: Jakým způsobem jste využívali ekoznačení při propagaci svých služeb?	Odpověď
Umístění loga "EU Ecolabel" na webových stránkách.	Ano
Umístění loga "EU Ecolabel" v propagačních materiálech.	Ano
Reklama v televizi.	Ano
Reklama na internetových portálech.	Ano
Informace o konkrétních činnostech a opatřeních k dispozici na webových stránkách.	Ne
Informace o konkrétních činnostech a opatřeních k dispozici v propagačních materiálech.	Ne
Reklama v rozhlasu.	Ne
Otázka č. 6: Ucházeli byste se v budoucnu opět o získání licence, pokud by byly odstraněny příčiny, kvůli kterým jste licenci neprodloužili?	Rozhodně ne

Zdroj: Vlastní zpracování

Zhodnocení naplnění cílů 2. části dotazníkového šetření:

V tomto segmentu byl vyplněn pouze jeden dotazník. Avšak vzhledem k faktu, že do tohoto segmentu patří pouze 5 ubytovacích zařízení, je celková návratnost 20 %, která je dostačující. Z odpovědí zástupce tohoto segmentu se dá tedy usuzovat na důvody, které ubytovací zařízení vedly k zavedení certifikace (zvýšení počtu tuzemských klientů, zvýšení počtu zahraničních návštěvníků, zvýšení prestiže ubytovacího zařízení a konkurenční výhoda), míru jejich naplnění, která je nízká, dále na nedostatky programů ekoznačení z pohledu tohoto segmentu, kde je uvedena zejména nedostatečná propagace a dále také složitý proces a na hlavní důvody pro ukončení účasti v programu ekoznačení, což bylo jednoznačně nenaplnění očekávání. Cíl byl tedy splněn.

3. část dotazníkového šetření

Cílem této části dotazníkového šetření bylo zjištění informovanosti ubytovacích zařízení o možnosti certifikace v programu ekoznačení a jejich zájem o tuto certifikaci. Zaměřuje se na důvody, proč o certifikaci uvažují a doposud ji nezavedli anebo naopak z jakých důvodů o ní neuvažovali.

Ubytovací zařízení zařazená do třetího segmentu, tedy ostatní ubytovací zařízení, která certifikaci nemají a ani v minulosti neměla, byla vybírána tak, aby v každém kraji byla zastoupena kategorie (dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky, 2010) penzionů, hotelů*** a hotelů***** po pěti zástupcích, dále alespoň jeden zástupce hotelů** v každém kraji (celkem 35 v ČR, vzhledem k jejich nízkému počtu v některých krajích) a celkem 10 hotelů***** v celé ČR (vzhledem k absenci nebo nízkému počtu v některých krajích). V tomto segmentu bylo osloveno celkem 255 ubytovacích zařízení. Data byla čerpána z internetové databáze ubytovacích zařízení TravelGuide.cz, která je součástí aplikace ZlatéStránky.cz. V této databázi lze naleznout velké množství ubytovacích zařízení rozdělených podle lokality. Další použitým zdrojem informací je online rezervační systém ubytování Hotel.cz, který poskytuje přehledné informace o úrovni ubytování (počet hvězdiček) u každého ubytovacího zařízení a lokalitě.

Celková návratnost dotazníků je 35 kusů, tedy 14 %. Nízká návratnost dotazníků může být připisována nezájmu o tuto problematiku nebo neochotě k další administrativní činnosti, kterou jsou ubytovací zařízení zatěžována. Návratnost v jednotlivých krajích je zaznamenána v tabulce 19 a návratnost podle typu ubytovacího zařízení zobrazuje tabulka 20.

Tab. 19. *Návratnost dotazníků v krajích*

Kraj	Oslovených celkem	Vyplněných dotazníků celkem	Návratnost v %
Jihočeský	20	3	14
Jihomoravský	20	4	20
Karlovarský	20	1	5
Královéhradecký	18	1	5
Liberecký	20	5	25
Moravskoslezský	18	3	17
Olomoucký	16	1	6

Tab. 19. *Návratnost dotazníků v krajích (dokončení)*

Kraj	Oslovených celkem	Vyplněných dotazníků celkem	Návratnost v %
Pardubický	16	1	6
Plzeňský	17	3	18
Praha	20	3	15
Středočeský	16	4	25
Ústecký	19	3	15
Vysočina	18	3	17
Zlínský	17	0	0
Celkem	255	35	14

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 20. *Návratnost dotazníků podle typu ubytovacího zařízení*

Typ ubytovacího zařízení	Oslovených celkem	Vyplněných dotazníků celkem	Návratnost v %
Penzion	70	11	16
Hotel**	35	2	6
Hotel***	70	13	19
Hotel****	70	8	11
Hotel*****	10	1	10
Celkem	255	35	14

Zdroj: Vlastní zpracování

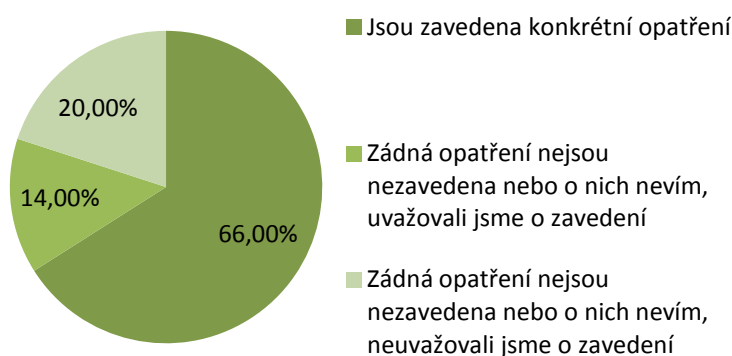
Ubytovací zařízení v této části dotazníkového šetření je možné rozdělit na 3 skupiny na základě zodpovězení dvou úvodních otázek, zda jsou v ubytovacím zařízení zavedena nějaká opatření, díky nimž je jeho provoz šetrnější k životnímu prostředí a zda se uvažovalo o jejich zavedení. Přehled odpovědí poskytuje tabulka 21.

Tab. 21. Zavedení opatření pro ekologicky šetrnější provoz

Otázka č. 1: Jsou ve vašem ubytovacím zařízení zavedena nějaká opatření, díky nimž je jeho provoz šetrnější k životnímu prostředí?	Odpověď v %
Ano	66
Ne	20
Nevím	14
Otázka č. 2b: Uvažovali jste někdy o zavedení takových opatření? (V případě odpovědi <i>ne</i> nebo <i>nevím</i> na otázku č. 1.)	Odpověď v %
Ano	42
Ne	58

Zdroj: Vlastní zpracování

První skupinou jsou ubytovací zařízení, která mají zavedena nějaká opatření, díky nimž je jejich provoz šetrnější k životnímu prostředí. Druhou skupinou jsou ubytovací zařízení, která nemají taková opatření zavedena nebo o tom neví a do budoucna uvažují o jejich zavedení. Ve třetí skupině jsou ubytovací zařízení, která nemají zavedena žádná opatření vedoucí k ekologické šetrnosti nebo o nich neví a ani je v budoucnu zavádět nehodlají. Do třetí skupiny se řadí celkem 7 ubytovacích zařízení, tedy 20 % a tato analýza se jimi dále nezabývá. Podíl jednotlivých skupin zobrazuje obrázek 12.



Obr. 12 Podíl jednotlivých skupin

Zdroj: Vlastní

Mezi ubytovací zařízení, která uváděla nejčastěji, že mají zavedena ekologicky šetrná opatření, patří hotely** (100 %) a penziony (73 %). Při určení konkrétní oblasti, které se opatření týká, mohli dotázaní z první skupiny vybírat více možností. Jak lze vidět v tabulce 22, jedná se nejčastěji o omezování spotřeby energie, omezování spotřeby vody a omezování produkce odpadu.

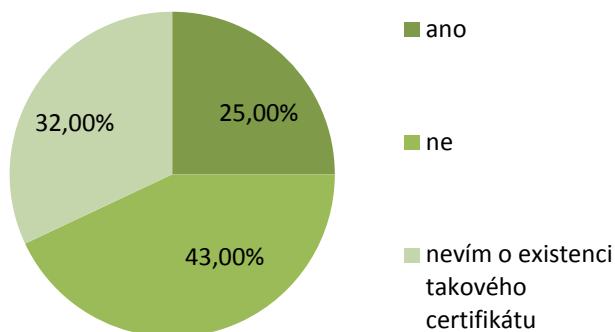
Tab. 22. *Otázka č. 2a: Jaké oblasti se opatření týká?*

Odpověď	Podíl v %
Omezování spotřeby energie	78
Omezování spotřeby vody	74
Omezování produkce odpadu	65
Komunikace a vzdělávání v oblasti životního prostředí	17
Využívání látek, které jsou méně nebezpečné k životnímu prostředí	17
Využívání obnovitelných zdrojů	13
Nekuřácké prostředí	4
Třídění odpadu	4

Pozn: V případě odpovědi „ano“ na otázku č. 1.

Zdroj: Vlastní

Jak ukazuje obrázek 13, čtvrtina dotázaných uvažovala o získání certifikátu „Ekologicky šetrná služba“ nebo „EU Ecolabel“, téměř polovina o jeho získání neuvažovala a necelá třetina neví o existenci takového certifikátu. Respondentům, kteří odpověděli, že neví o existenci takového certifikátu, nebyly kladeny další otázky.



Obr. 13 Otázka č. 3: Uvažovali jste o získání certifikátu „Ekologicky šetrná služba“ nebo „EU Ecolabel“ pro vaše ubytovací služby?

Zdroj: Vlastní zpracování

Důvody dotázaných, kteří uvažovali o získání certifikátu, které je vedli k úvahám o získání certifikátu a důvody, kvůli kterým jej doposud nezavedly, jsou uvedeny v tabulce 23. Nejčastějším důvodem pro zavedení byl vlastní zájem o ochranu životního prostředí, na němž se shodli všichni dotázaní. Dále pak zvýšení prestiže ubytovacího zařízení a konkurenční výhoda. Naopak mezi nejčastější důvody pro nezavedení certifikátu je nedostatek informací, složitý proces získání certifikátu a přísná kritéria z hlediska nákladů na jejich splnění. Důvod, příliš přísná kritéria, která snižují kvalitu poskytovaných služeb, uvedl jeden penzion a jeden tříhvězdičkový hotel. Dotázaní mohli uvést více důvodů.

Tab. 23. Odpovědi dotázaných, kteří uvažovali o zavedení certifikátu

Otázka č. 4a: Z jakých důvodů jste uvažovali o získání tohoto certifikátu? (V případě odpovědi <i>ano</i> na otázku č. 3)	Podíl v %
Vlastní zájem o ochranu životního prostředí	100
Zvýšení počtu zahraničních klientů	14
Zvýšení prestiže ubytovacího zařízení	43
Konkurenční výhoda	57
Státní garance kvality a ekologické šetrnosti poskytovaných služeb	14

Tab. 23. *Odpovědi dotázaných, kteří uvažovali o zavedení certifikátu (dokončení)*

Otázka č. 5a: Z jakých důvodů jste tuto certifikaci doposud nezavedli? (V případě odpovědi <i>ano</i> na otázku č. 3)	Podíl v %
Nemáme dostatek informací	43
Složitý proces získání certifikátu	43
Příliš přísná kritéria z hlediska nákladů na jejich splnění	43
Příliš přísná kritéria, která snižují kvalitu poskytovaných služeb	29

Zdroj: Vlastní

V tabulce 24 lze vidět důvody, proč ubytovací zařízení, která mají zavedena anebo uvažovala o zavedení ekologicky šetrných opatření, neuvažovala o získání certifikátu pro své ubytovací služby. Nejčastějšími důvody byly nedostatek informací a nedostatečná propagace. Respondenti mohli uvést více důvodů.

Tab. 24. *Otázka č. 4b: Z jakých důvodů jste neuvažovali o získání certifikátu?*

Odpověď	Podíl v %
Nemáme dostatek informací	50
Nedostatečná propagace	42
Složitý proces získání certifikátu	17
Nepřinesl by žádné výhody	17
Příliš přísná kritéria z hlediska nákladů na jejich splnění	8
Příliš přísná kritéria, která snižují kvalitu poskytovaných služeb	8

Pozn: V případě odpovědi „ne“ na otázku č. 3

Zdroj: Vlastní

Zhodnocení naplnění cílů 3. části dotazníkového šetření:

Celková návratnost dotazníků je 14 %. Celkový podíl počtu ubytovacích zařízení, která se účastnila dotazníkového šetření, na celkovém počtu ubytovacích zařízení v České republice je 0,8 %. Je třeba říci, že existuje předpoklad, že se šetření účastnila ve větší míře

ta ubytovací zařízení, která mají o tuto problematiku zájem a celkové výsledky jsou tímto faktem ovlivněny. Přesto lze z výsledků šetření pozorovat míru informovanosti ubytovacích zařízení o možnosti certifikace v programu ekoznačení, která je poměrně nízká (43 % dotázaných neví o existenci certifikátu a 43 % těch, kteří o certifikátu vědí, o něm nemají dostatek informací) a jejich zájem o tuto certifikaci, který je také poměrně nízký (téměř polovina dotázaných neuvažovala o získání certifikátu). Lze také usuzovat na důvody, proč ubytovací zařízení o certifikaci uvažují (zejména vlastní zájem o ochranu životního prostředí a konkurenční výhoda) a doposud ji nezavedli (nedostatek informací, složitý proces získání certifikátu a vysoké náklady) anebo naopak z jakých důvodů o ní neuvažovali (nedostatek informací). Cíl byl tedy splněn.

Názory ubytovacích zařízení na ekoznačení uveřejněné v měsíčníku Hotel & Spa management

K utvoření celkového obrazu může posloužit také rozhovor, který poskytli odbornému měsíčníku Hotel & Spa management (Chromá a Nováková, 2011) dva generální manažeři a generální ředitelka třech hotelů, z nich každý tvoří zástupce jednoho segmentu.

Generální manažer K+K Hotels Prague označuje certifikaci za smysluplný krok, který lze efektivně využít například jako účinný marketingový nástroj. Problém vidí ve skutečnosti, že nejsou systémově vytvářeny motivační podmínky, proč k certifikaci přistoupit. Tento hotel se ucházel o certifikaci, vzhledem k faktu, že splňuje celou řadu ekologických standardů, avšak nakonec k ní nepřistoupil. Problém nastal v případě požadavku, aby alespoň 50 % spotřebované energie pocházelo z obnovitelných zdrojů, což by znamenalo obrovské náklady.

Generální ředitelka Mamaison Residence Belgická, Praha zdůrazňuje, že přesto že již nejsou držiteli certifikátu, udržují nadále provoz hotelu v ekologickém směru. Snažili se ovlivnit i přístup hostů, což se nedařilo zejména v případě firemní klientely, která se o ekologická opatření nezajímala ani se jim nepodřizovala. Po zpřísnění kritérií se rozhodovalo, zda v licenci pokračovat a nakonec bylo rozhodnuto, že ji neprodlouží,

zejména z důvodů zpřísnění kritéria na využití obnovitelných zdrojů energie a z důvodu nenaplnění očekávání v oblasti slibované podpory a zvýšení rezervací se bohužel nekonala.

Generální manažer hotelů Jalta a Plaza Alta, Praha vidí hlavní výhody ekologického provozování hotelu v úsporách nákladů běžného provozu díky použití úsporných světelných zdrojů, izolací, pravidelné kontrole funkčnosti všech zařízení, která spotřebovávají energie i vodu (toalety, sprchy, umyvadlové baterie), použití omezovačů průtoků vody nebo používáním dešťové vody na zalévání. Kromě výše zmíněných úspor eviduje i dobrý pocit z pozitivního vlivu na životní prostředí a slouží jako příklad ostatním organizacím a jednotlivcům. Pozitivní propagace a marketing hotelu je také součástí přínosu, a to hlavně v těch zemích, kde má péče o životní prostředí dlouhodobou tradici. Náklady na zřízení ekologického provozu jsou značné, ale jsou kompenzovány dlouhodobým morálním i ekonomickým pozitivním přínosem. Věří, že se zlepšením ekonomické situace se opět některé hotely připojí k certifikaci, i když se v tomto případě spíše jedná o osobní přístup majitelů a provozovatelů než o ekonomicky zajímavý počín.

V závěru této kapitoly lze říci, že poptávka ani nabídka ekologicky šetrných výrobků a služeb v ČR není vysoká. Výjimkou nejsou ani ekologicky šetrné ubytovací služby, jejichž nabídka a poptávka kopíruje situaci na trhu v ČR. Společným jmenovatelem je nízká informovanost jak potenciálních zákazníků na straně poptávky, tak samotných ubytovatelů na straně nabídky, kteří si navíc ekoznačení spojují s vysokými náklady. Důvodem je nedostatečná propagace programu ekoznačení, která by vyvolala růst poptávky po takto označených výrobcích a službách a přiměla podniky tyto produkty nabízet.

3 Analýza požadavků, nákladů a přínosů plynoucích z ekoznačení pro podniky poskytující ubytovací služby

Dne 25. listopadu 2009 bylo vydáno Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 66/2010, které stanovuje nové, zpřísněné podmínky pro získání a obhájení certifikátů ekologického značení. V České republice proběhla harmonizace s tímto nařízením, a jím stanovená kritéria byla promítnuta do Technické směrnice č. 43 – 2010, kterou se stanovují požadavky a ekologická kritéria pro propůjčení ochranné známky ubytovacím službám pro turisty (dále jen Technická směrnice), která je platná od roku 2010. Kritéria pro získání české ekoznačky Ekologicky šetrná služba a ekoznačky EU Ecolabel se tímto krokem prakticky sjednotila. Pokud tedy ubytovací zařízení splní podmínky pro udělení značky EU Ecolabel, splní i podmínky pro udělení české ekoznačky a naopak. Po vydání tohoto nařízení se rozhodlo několik ubytovacích zařízení neobhajovat splnění podmínek certifikace.

Otázkou, nakolik je právě toto zpřísnění důvodem pro odstoupení z programu či důvodem pro neochotu ucházet se o licenci v tomto programu obecně nebo zda roli hrají další faktory, jako například nedostatečná propagace a financování programu ze strany státu nebo poměrně vysoké roční poplatky za udělení licence, se bude zabývat tato kapitola.

3.1 Požadavky na ubytovací zařízení pro splnění podmínek certifikace

Cílem požadavků a kritérií Technické směrnice pro ubytovací služby pro turisty je omezování hlavních negativních dopadů na životní prostředí během tří fází životního cyklu služby (nákup, poskytování služby, odpady). Jedná se zejména o:

- omezování spotřeby energie,
- omezování spotřeby vody,
- omezování produkce odpadu,

- využívání obnovitelných zdrojů a látek, které jsou méně nebezpečné pro životní prostředí,
- komunikaci a vzdělávání v oblasti životního prostředí.

Provozovatel ubytovacího zařízení musí splnit základní a specifická – environmentální kritéria.

Základní požadavky

Ubytovací služby pro turisty musí splňovat platné technické, bezpečnostní, zdravotní, hygienické a jiné předpisy. Dále musí splňovat předpisy týkající se ochrany životního prostředí, zejména:

- zákon č. 86/2002 Sb., o ochraně ovzduší, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 254/2001 Sb., o vodách, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech, ve znění pozdějších předpisů,

Specifické požadavky – environmentální kritéria

Specifické požadavky a environmentální kritéria jsou uvedena v oddílech A (povinná kritéria) a B (volitelná kritéria) přílohy Technické směrnice. Aby mohla být ubytovacím službám pro turisty udělena ekoznačka, musí ubytovací služby pro turisty splňovat všechna tato kritéria:

- musí spadat do vymezené kategorie „ubytovací služby pro turisty“;
- musí splňovat všechna kritéria stanovená v oddílu A přílohy Technické směrnice;
- musí splňovat dostatečný počet kritérií uvedených v oddílu B přílohy Technické směrnice.

Posuzování a ověřování

Konkrétní požadavky na posuzování a ověřování jsou zvlášť uvedeny pro každé kritérium stanovené v oddílech A (povinná kritéria) a B (volitelná kritéria) přílohy Technické směrnice. „V případech, kdy je žadatel o ekoznačku povinen předložit prohlášení, dokumentaci, rozbor, zprávy o zkoušce nebo jiné doklady prokazující splnění kritérií, mohou být tyto doklady předloženy žadatelem nebo popřípadě jeho dodavatelem (dodavateli) atd. Tam, kde je to možné, by zkoušky měly provádět příslušné akreditované

laboratoře nebo laboratoře, které splňují požadavky normy ČSN EN ISO/IEC 17025.“ Požadavky na doložení splnění specifických a ekologických kritérií jsou popsány u jednotlivých kritérií v Technické směrnici. Při posuzování žádosti a kontrole dodržování požadavků a kritérií u žadatele je vzato v úvahu zavedení systémů environmentálního managementu podle ČSN EN ISO 14001, registrace Programu EMAS podle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 761/2001 a systém řízení kvality certifikovaný podle normy ČSN EN ISO 9001.

3.2 Náklady související se splněním podmínek certifikace

Výše nákladů souvisejících s určitou investicí ovlivňuje podnikatelská rozhodnutí a ne jinak je tomu i v souvislosti s procesem zavedení ekoznačení v podniku. Jak bylo uvedeno výše a jak vyplývá i z dotazníkového šetření, jsou vysoké náklady jedním z důvodů pro neochotu ucházet se nebo prodloužit licenci v programu ekoznačení. Tato kapitola se soustředí na výpočet nákladů souvisejících se splněním kritérií Technické směrnice, nákladů vyvolaných zpřísněním kritérií Technické směrnice a nákladů souvisejících se získáním certifikace a ročním provozem licence na modelovém ubytovacím zařízení.

3.2.1 Náklady související se splněním kritérií Technické směrnice

V této kapitole bude demonstrován výpočet nákladů souvisejících se získáním ekoznačky podle normy 2010 na modelovém ubytovacím zařízení. Jak vyplývá z výše uvedeného textu, podmínky pro udělení certifikátu Ekologicky šetrná služba a EU Ecolabel jsou prakticky totožná a pro splnění podmínek certifikace je nutné vyhovět veškerým povinným kritériím uvedeným v příloze Technické směrnice v oddílu A. Z volitelných kritérií je třeba získat alespoň 20 bodů, přičemž je stanoveno celkem 61 různě obodovaných kritérií. Vzhledem k velké variabilitě možností, jak jednotlivá kritéria kombinovat k dosažení minimálního počtu bodů, nebudou ve výpočtech nákladů pro účely této práce zohledněna. Do kalkulace budou zahrnuta pouze povinná kritéria, u kterých je předpokládán významnější podíl na celkových nákladech a kterým musí odpovídat stávající

technologická zařízení a vybavení hotelu, nikoliv kritéria platná pro zařízení a vybavení nakoupená v průběhu držení ekoznačky.

Modelovým ubytovacím zařízením (dále jen ubytovací zařízení) bude penzion s následujícími charakteristikami:

Rok výstavby budovy: 2006

Počet podlaží: 2 + sklep

Obytná plocha: 960 m²

Pokoje: 14 dvoulůžkových pokojů s vlastním sociálním zařízením

Dispozice: bar, jídelna, kuchyň, 2 kanceláře, sociální zařízení, kotelná a prádelna

Počet zaměstnanců: 10

Předpokládaný roční obrat: 7 000 000 Kč

Elektrická energie z obnovitelných zdrojů

Alespoň 50 % elektrické energie musí pocházet z obnovitelných zdrojů energie, které jsou stanoveny zákonem č. 180/2005 Sb., o podpoře výroby elektřiny z obnovitelných zdrojů energie a o změně některých zákonů (zákon o podpoře využívání obnovitelných zdrojů). Výjimku tvoří pouze ubytovací zařízení, která nemají přístup na trh nabízející elektrickou energii vyráběnou z obnovitelných zdrojů energie zejména z důvodu závazných smluvních omezení, která po dobu nejméně 2 let brání změně dodavatele energie. Žadatel předloží prohlášení nebo smlouvu od dodavatele elektrické energie uvádějící povahu obnovitelného zdroje energie, procentuální podíl dodávané elektrické energie, která pochází z obnovitelného zdroje a nejvyšší procentuální podíl, který může být dodán.

Obnovitelnými zdroji energie se podle zákona č. 180/2005 Sb., o podpoře výroby elektřiny z obnovitelných zdrojů energie a o změně některých zákonů (zákon o podpoře využívání obnovitelných zdrojů) rozumí „obnovitelné, nefosilní přírodní zdroje energie, jimiž jsou energie větru, energie slunečního záření, geotermální energie, energie vody, energie půdy, energie vzduchu, energie biomasy, energie skládkového plynu, energie kalového plynu a energie bioplynu.”

Často využívaným, snadno realizovatelným a dostupným řešením je využití energie slunečního záření prostřednictvím fotovoltaických panelů. Výkon fotovoltaického panelu se udává nejčastěji v jednotkách Wp (watt peak), který označuje jeho maximální výkon. Náklady na instalaci 1 kWp včetně práce, elektroinstalace a materiálu je přibližně 110 000 Kč. (Nazeleno.cz, 2010) Podle analýzy provedené společenstvím pro udržitelnou energetiku Leonardo Energy v roce 2008 se průměrná spotřeba elektrické energie u malých a středních ubytovacích zařízení pohybuje mezi 0,071 a 0,8 kWp / m². Vzhledem k tomu, že v ekologicky šetrném ubytovacím zařízení jsou energeticky úsporné žárovky a řada dalších opatření k úspoře elektrické energie, lze předpokládat nižší spotřebu elektrické energie. Pro splnění podmínky 50 % využití energie z obnovitelných zdrojů je třeba fotovoltaickými panely pokrýt 0,5 * 0,071 kWp / m² plochy hotelu.

$$0,5 * 0,071 * 110\,000 * 960 = 3\,801\,600 \text{ Kč} \quad (1)$$

Jak ukazuje vzorec (1), náklady na pořízení fotovoltaických panelů pro pokrytí 50 % spotřeby energie v ubytovacím zařízení budou přibližně **3 802 000 Kč**.

Energetická účinnost a výroba tepla

Stávající teplovodní kotle na kapalná nebo plyná paliva musí splňovat normy energetické účinnosti odpovídající označení nejméně třemi hvězdičkami podle směrnice 92/42/EHS. Stávající kogenerační jednotky musí být v souladu s definicí vysoké účinnosti uvedenou ve směrnici 2004/8/ES. Účinnost kotlů vyňatých z oblasti působnosti směrnice 92/42/EHS musí být v souladu s pokyny výrobce a s vnitrostátními a místními právními předpisy o účinnosti, a nesmí u nich být akceptována nižší účinnost než 88 % (s výjimkou kotlů na biomasu). Žadatel musí předložit technickou specifikaci vypracovanou osobami odpovědnými za prodej a/nebo údržbu kotle s uvedením jeho účinnosti.

Stávající systém vytápění a ohřevu teplé vody je v modelovém ubytovacím zařízení realizován prostřednictvím plynového kotle. Vzhledem ke stávajícím rozvodům plynu, bude toto kritérium splněno nákupem úspornějšího plynového kotle, který bude vyhovovat požadavkům normy. Pro vytopení a ohřev vody v ubytovacím zařízení bude potřeba

zakoupit kotel o výkonu nejméně 30 kW. Příkladem může být například kondenzační kotel Vitodens 300-W o výkonu 35 kW, jehož cena se pohybuje okolo 100 000 Kč. (Viessmann, 2012) Dalšími náklady je zapojení plynového kotle, které se pohybují okolo 7000 Kč včetně demontáže stávajícího zařízení. (Plynservis, 2012) Celkové náklady na splnění tohoto kritéria činí přibližně **107 000 Kč**.

Energetická účinnost budov a izolace oken

Ubytovací zařízení pro turisty musí být v souladu s vnitrostátními právními předpisy a místními stavebními předpisy týkajícími se energetické účinnosti a energetické náročnosti budov. Žadatel musí předložit energetický certifikát podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/91/ES nebo průkaz energetické náročnosti budovy. Všechna okna ve vytápěných a/nebo klimatizovaných místnostech a společných prostorech musí mít odpovídající stupeň tepelné izolace podle místních předpisů a klimatických podmínek a musí zajišťovat odpovídající stupeň zvukové izolace. Žadatel předloží prohlášení odborného technika potvrzující splnění tohoto kritéria s uvedením součinitele prostupu tepla (hodnota U). U oken splňujících požadavky směrnice 2002/91/ES žadatel předloží energetický certifikát nebo prohlášení stavitele. Technické požadavky na okna jsou stanoveny v české technické normě ČSN 73 0540-2 Tepelná ochrana budov. Kritériem hodnocení je součinitel prostupu tepla U . Vzhledem k faktu, že ubytovací zařízení bylo vybudováno v roce 2006 a požadavky se nezměnily, postačí ke splnění tohoto kritéria prohlášení odborného technika.

Aby mohlo ubytovací zařízení doložit splnění obou kritérií najednou, je výhodné nechat si vypracovat energetický audit, jehož cena se pohybuje okolo **30 000 Kč**. (Energetické-poradenství.eu, 2012)

Energetická účinnost žárovek

Alespoň 80 % žárovek v ubytovacím zařízení pro turisty musí mít energetickou účinnost třídy A, jak je definována ve směrnici Komise 98/11/ES. Zároveň veškeré žárovky nainstalované v místech, kde se předpokládá, že budou svítit více než pět hodin denně, musí mít energetickou účinnost třídy A, jak je definována ve směrnici 98/11/ES. Tato

ustanovení se nevztahují na svítidla, jejichž fyzikální vlastnosti neumožňují použití energeticky úsporných žárovek.

Orientační předpoklad počtu žárovek vychází z vlastního odhadu: v každém pokoji 5 žárovek, chodby a schodiště 15 žárovek, bar a jídelna 20 žárovek, kanceláře 6 žárovek, sklepní prostory 6 žárovek, sociální zařízení 4 žárovky, kuchyň 10 žárovek. Průměrná cena energeticky úsporné žárovky s vyhovujícími parametry se pohybuje okolo 400 Kč. (miga-LED-žárovky.cz, 2012) Pokud má být splněna podmínka 80% počtu úsporných žárovek, potom je výpočet nákladů následující:

$$(5 * 14 + 15 + 20 + 6 + 6 + 4 + 10) * 400 * 0,8 = 41\,920 \text{ Kč} \quad (2)$$

Jak ukazuje vzorec (2), celkové náklady na pořízení energeticky úsporných žárovek činí přibližně **42 000 Kč**.

Průtok vody z kohoutků a ze sprch

Průměrná hodnota průtoku vody z kohoutků a sprch, s výjimkou kuchyňských a vanových kohoutků, nesmí překročit 9 litrů za minutu.

Úsporná sprchová hlavice, která splňuje tato kritéria, stojí přibližně 1 000 Kč (EcoProdukty.cz, 2012) a umyvadlová baterie přibližně 4 000 Kč (OnlineKoupelny.cz, 2012). V každém pokoji je potřeba jedna sprchová hlavice a jedna umyvadlová baterie. Dvě umyvadlové baterie jsou potřeba na sociálním zařízení. Celkem je potřeba 14 sprchových hlavice a 16 umyvadlových baterií.

$$14 * 1\,000 + 16 * 4\,000 = 78\,000 \text{ Kč} \quad (3)$$

Jak ukazuje vzorec (3), náklady na splnění tohoto kritéria budou přibližně **78 000 Kč**.

Ve vzorci (4) jsou sečteny celkové náklady na splnění výše uvedených kritérií. Jejich celková výše je více než 4 miliony korun.

$$3\,802\,000 + 107\,000 + 30\,000 + 42\,000 + 78\,000 = \mathbf{4\,059\,000\,Kč} \quad (4)$$

Stanovení těchto nákladů je pouze orientační a jak bylo uvedeno výše, počítá pouze s těmi kritérii, která jsou z hlediska nákladů považována za nejvýznamnější. Výsledné náklady by pak vzhledem k tomuto faktu byly vyšší. Existuje také velká variabilita možností, jak daná kritéria naplnit, podle charakteristik každého jednotlivého ubytovacího zařízení (stáří budovy, dostupnosti obnovitelných zdrojů energie, výchozího vybavení atd.). Cílem je tedy především demonstrování těchto nákladů a poukázání na jejich výši (viz tabulka 19).

Tab. 25. Celkové náklady související se splněním kritérií Technické směrnice

Kritérium	Konkrétní opatření	Náklady v Kč
Energetická účinnost a výroba tepla	Nákup a instalace fotovoltaických panelů	3 802 000
Energetická účinnost a výroba tepla	Nákup a instalace účinného kotle	107 000
Energetická účinnost budov a izolace oken	Vypracování energetického auditu	30 000
Energetická účinnost žárovek	Nákup energeticky úsporných žárovek	42 000
Průtok vody z kohoutků a ze sprch	Nákup úsporných sprchových hlavice a umyvadlových baterií	78 000
		Celkem 4 059 000

Zdroj: Vlastní zpracování

3.2.2 Náklady související se zpřísněním kritérií Technické směrnice

Mezi nejvýraznější náklady, které souvisí přímo se zpřísněním kritérií v Technické směrnici (pokud jsou vnímána pouze kritéria, kterým musí odpovídat stávající zařízení a vybavení, nikoliv zařízení a vybavení nakoupené v průběhu licence), oproti kritériím stanoveným v Technické směrnici č. 43 – 2008 platné do roku 2010, kterou se stanovují

požadavky a ekologická kritéria pro propůjčení ochranné známky turistickým ubytovacím službám (dale jen Technická směrnice č. 43 – 2008), patří zejména náklady v oblasti elektrické energie z obnovitelných zdrojů, energetické účinnosti a výroby tepla, energetické účinnosti žárovek a průtoku vody z kohoutků a ze sprch.

Pokud mají být stanoveny náklady vyplývající ze zpřísnění kritérií v modelovém ubytovacím zařízení, lze vycházet z výše uvedených parametrů ubytovacího zařízení a z předpokladu, že byly v tomto zařízení splněny podmínky Technické směrnice č. 43 – 2008.

Elektrická energie z obnovitelných zdrojů

Minimální využití elektrické energie z obnovitelných zdrojů se zvýšilo z 22 % na 50 %. V případě, že bude počítáno s variantou fotovoltaických panelů (viz předchozí podkapitola), potom náklady na dokoupení a instalaci dalších panelů budou přibližně 3 miliony Kč, jak znázorňuje vzorec (5).

$$(0,5 - 0,22) * 0,071 * 110\,000 * 960 = 2\,099\,000 \text{ Kč} \quad (5)$$

Energetická účinnost a výroba tepla

V normě z roku 2008 se opatření vztahovala pouze na kotle zakoupené v době platnosti ekoznačení. V nové normě z roku 2010 se vztahuje i na kotle stávající. Je nutné vyměnit stávající nevyhovující zařízení za nové. Výpočet nákladů je tedy shodný s výpočtem nákladů na splnění tohoto kritéria v předchozí podkapitole a celkové náklady vyplývající ze zpřísnění tohoto kritéria činí přibližně 107 000 Kč.

Energetická účinnost žárovek

Minimální podíl žárovek s energetickou účinností třídy A dle definice směrnice Komise 98/11/ES vzrostl z 60 % na 80 %, přičemž v místech, kde se předpokládá, že budou svítit více než pět hodin denně, musí mít energetickou účinnost třídy A veškeré žárovky (oproti 80 % v normě z roku 2008).

Při výpočtu lze vycházet z předchozí podkapitoly, náklady na splnění tohoto zpřísněného kritéria budou přibližně 10 000 Kč, jak ukazuje vzorec (6):

$$(5 * 14 + 15 + 20 + 6 + 6 + 4 + 10) * 400 * (0,8 - 0,6) = 10\,480 \text{ Kč} \quad (6)$$

Průtok vody z kohoutků a ze sprch

Maximální průměrná hodnota průtoku vody z kohoutků a sprch, s výjimkou kuchyňských a vanových kohoutků se snížila z 12 litrů za minutu na 9 litrů za minutu. To znamená, že je nutné vyměnit stávající kohoutky a sprchové hlavice. Výpočet nákladů je tedy shodný s výpočtem nákladů na splnění tohoto kritéria v předchozí podkapitole a celkové náklady vyplývající ze zpřísnění tohoto kritéria činí přibližně 78 000 Kč.

Tab. 26. Celkové náklady související se zpřísněním kritérií Technické směrnice

Kritérium	Konkrétní opatření	Náklady v Kč
Energetická účinnost a výroba tepla	Nákup a instalace fotovoltaických panelů	2 099 000
Energetická účinnost a výroba tepla	Nákup a instalace účinného kotle	107 000
Energetická účinnost žárovek	Nákup energeticky úsporných žárovek	10 000
Průtok vody z kohoutků a ze sprch	Nákup úsporných sprchových hlavice a umyvadlových baterií	78 000
		Celkem 2 294 000

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak znázorňuje tabulka 26, celkové náklady vyvolané zpřísněním kritérií v Technické směrnici jsou přibližně 2,3 milionu. Nejvýznamnější podíl na těchto nákladech má nákup a instalace fotovoltaických panelů, prostřednictvím kterého je splněno kritérium 50 % využití elektrické energie z obnovitelných zdrojů.

3.2.3 Náklady související se získáním certifikace a ročním provozem licence

Proces získání certifikátu není z hlediska administrativních nároků jednoduchou záležitostí. V případě, že se žadatel rozhodne pro poradenské služby advokátní kanceláře (tato služba je nově nabízena advokátní kanceláří Jasanská & Co., která mimo jiné vlastní certifikát Ekologicky šetrná služba), která nabízí přípravu písemné dokumentace pro řízení (na základě žadatelem předložených technických podkladů) a zprostředkování jednání s agenturou CENIA, zaplatí za tuto službu **15 000 Kč**. (Advokátní kancelář Jasanská & Co, 2012)

Pro výpočet registračního a ročního poplatku musí být podnik zařazen do kategorie podle počtu zaměstnanců a obratu (viz tabulka 1 a tabulka 2 str. 39). Předpokladem pro výše uvedené příkladové ubytovací zařízení je zařazení v kategorii malých podniků (počet zaměstnanců 10 – 49 a roční obrat nepřesahuje 10 milionů EUR). Registrační poplatek pro udělení licence EU Ecolabel je **9 000 Kč** a pro udělení licence Ekologicky šetrný výrobek **5 000 Kč**.

Roční poplatek za licenci EU Ecolabel je stanoven jako 0,15 % z ročního obratu snížený o 25 % z tohoto poplatku (minimálně však 15 000 Kč a maximálně 750 000 Kč). Předpokládaný roční obrat je 7 000 000 Kč.⁶ Výpočet ročního poplatku znázorňuje vzorec (7):

$$7\,000\,000 * 0,0015 - (7\,000\,000 * 0,0015 * 0,25) = 7\,875 \text{ Kč} \quad (7)$$

Vzhledem k tomu, že minimální výše ročního poplatku je 15 000 a vypočtená hodnota ji nepřesáhla, bude roční poplatek licence EU Ecolabel činit právě **15 000 Kč**. Roční poplatek za licenci Ekologicky šetrný výrobek je stanoven podle kategorie podniku a pro malý podnik činí **2 500 Kč**.

⁶ Obrat byl odhadnut na základě údajů reálného ubytovacího zařízení podobného charakteru a dispozic.
Zdroj: *Via Reality*, 2012

Celkové náklady související se získáním certifikátu pro obě ekoznačky jsou zobrazeny v tabulce 27.

Tab. 27. *Náklady související se získáním certifikátu*

Poplatek	Ekologicky šetrná služba	EU Ecolabel
Poplatek za právní a poradenské služby	15 000	15 000
Registrační poplatek	9000	5000
Roční poplatek	15000	2500
Celkem	39 000	22 500

Zdroj: Vlastní zpracování

3.3. Přínosy plynoucí z ekoznačení

Následující část práce si dává za úkol stanovit obecně potenciální přínosy ekoznačení pro uživatele licence v konfrontaci s výhodami, které uvádí CENIA (viz podkapitola Výhody systému ekoznačení)

Státem garantované potvrzení vyšší užitné hodnoty

První se seznamu výhod je státem garantované potvrzení vyšší užitné hodnoty na základě toho, že prošel přísnými testy v souladu s mezinárodními standardy prokazujícími splnění kvalitativních a environmentálních požadavků. Jak vyplývá z podkapitoly Historie environmentálního značení, základní myšlenkou oficiálních systémů environmentálního značení obecně je garance správnosti a ověřitelnosti uváděných tvrzení, záruka vyšší užitné hodnoty a nižších dopadů na životní prostředí a toto poslání systém ekoznačení v České republice zcela naplňuje. Dává spotřebiteli jistotu, že nekupuje pouze „reklamní trik“. Přesto se vyskytují názory, že výrobky s certifikací jsou často ekologické, ale ne stejně účinné jako výrobky určené ke stejnému účelu. Tyto názory jsou však nepodložené

konkrétními testy a proti nim stojí povinnost plnění nejen ekologických, ale zároveň splnění technických parametrů výrobku, tak jak je uvedeno v technických směrnících.

Udělení certifikátu a možnost používání loga

Se státní garancí programu souvisí i udělení certifikátu a možnost používání loga, kterým je možno doložit splnění podmínek. To je druhá výhoda programu ekoznačení. Výrobce může jednoduchým způsobem odlišit své certifikované výrobky a spotřebitel je velmi jednoduše a rychle pozná.

Marketingový nástroj pro propagaci

Složitější situace je potom u třetí uváděné výhody a tou je unikátní marketingový nástroj pro propagaci výrobku či služby na českém trhu i na trhu Evropské unie. Ministerstvu životního prostředí je hned z několika stran vytýkána nedostatečná propagace programu ekoznačení. Rozhořčení ze stávající situace projevují podniky, ať už přímou argumentací nebo v podstatě nezájmem se nějak v této oblasti angažovat, protože nevidí konkrétní výsledky. V březnu tohoto roku uspořádalo MŽP první setkání držitelů ekoznačení (za účasti diplomantky), které by mělo otevírat řadu dalších setkání, která jsou snahou o komunikaci v této oblasti a nalezení společných řešení. Tohoto setkání se účastnilo pouze zhruba 10 % podniků. Zástupci z řad ubytovacích služeb (a služeb obecně) byli poměrně početní. MŽP předložilo své návrhy budoucího vývoje tohoto nástroje. Jednou z oblastí je právě sdružování držitelů ekoznačení, která by měla usnadnit komunikaci mezi stranami. Na tomto setkání byl představen plán pro ekoznačku, jehož hlavními cíly jsou zvýšení povědomí o ekoznačce, zvýšení počtu produktů označených ekoznačkou a zvýšení viditelnosti, dostupnosti a prodeje výrobků. V této oblasti podniklo MŽP a CENIA již několik kroků, kterými bylo provedení veřejného šetření znalosti EŠV, nové internetové stránky, nové propagační materiály pro držitele a prodejce a partnerství v projektu v rámci Programu švýcarsko-české spolupráce, který by mohl být zdrojem financování některých aktivit, např. marketingové kampaně.

MŽP se zaměřilo také na zpracování konkrétní marketingové strategie, která by měla v budoucnosti zastřešovat nejen ekoznačení, ale také další dobrovolné nástroje, například LCA, čistší produkce atd. Důvodem je zjednodušení orientace spotřebitelů mezi

jednotlivými značkami, které by buď byly všechny označeny souhrnně touto jednou značkou, nebo by se jednalo o jakousi iniciativu, která by zastřešila stávající značení. Tato nová strategie by měla pomoci odbourat určitou nechuť spotřebitelů k „zeleným“ produktům, zároveň by měla zdůraznit technologickou vyspělost a úspornost takových produktů. Zároveň by měla motivovat i výrobce, protože jim nabízí úspory materiálu, energií a konkurenční výhodu. Tato strategie koresponduje se současným trendem orientace na modrou barvu, která by měla asociovat výše uvedené vlastnosti. Tato strategie se však nesetkala s přílišným ohlasem držitelů, vzhledem k faktu, že se jedná o poměrně významnou změnu, která s sebou přinese nemalé náklady, které by bylo lepší vložit do zanedbávané propagace stávajících ekoznaček.

Další uváděnou výhodou je doporučení zákazníkům od řady ekologických nevládních organizací. Tato doporučení se budou spíše dotýkat spotřebitelů angažovaných v ochraně životního prostředí, a i když má pozitivní vliv na poptávku po ekologicky šetrných výrobcích a službách, nemůže v žádném případě nahradit masovou propagaci, která by oslovila běžného spotřebitele a podpořila růst trhu s těmito výrobky.

Zařazení mezi prioritně nakupované zboží

Poslední z proklamovaných výhod je zařazení mezi prioritně nakupované zboží všemi organizacemi, které používají systém zelených zakázek dle Usnesení vlády č. 465 / 2010. Toto nařízení bylo netrpělivě očekáváno a mělo přinést výraznou výhodu výrobcům s certifikovaným zbožím, zejména výrobcům nábytku a kancelářské výpočetní techniky. Na ubytovací služby se prozatím nevztahuje. Má však pouze charakter doporučení a podle vyjádření podniků, nejsou ve většině případů dodržována, což je po nedostatečné propagaci druhým nejčastěji kritizovaným nedostatkem programu ekoznačení v České republice.

Závěrem této kapitoly je možné říci, že náklady spojené se splněním kritérií Technické normy a se získáním certifikátu jsou vysoké. Zejména splnění kritéria využití alespoň 50 % elektrické energie z obnovitelných zdrojů, je z hlediska nákladů velice náročné. Roční náklady provozu licence EU Ecolabel také nejsou zanedbatelné. U nákladů spojených se splněním kritérií Technické normy lze očekávat jejich návratnost v podobě uspořené

energie, zdrojů a materiálů. Náklady ročního provozu licence, registrační poplatek a další náklady spojené s prokázáním splnění kritérií (např. energetický audit) se musí vrátit v podobě zvýšení příjmů, vyplývajících z certifikace. To ale v případě nedostatečné propagace a nízké informovanosti potenciálních zákazníků nemusí nastat. Proto některá ubytovací zařízení přistupují na ekologicky šetrná opatření, aniž by se o certifikát ucházela.

4. Zhodnocení situace a doporučení

Jak bylo řečeno v úvodu, situace na trhu ekoznačení v České republice je komplikovaná. Ekoznačení je velice významným dobrovolným nástrojem, který zvýhodňuje v mnoha směrech výrobce, kteří mají zodpovědný přístup k ochraně životního prostředí a zmírňují dopady své činnosti v této oblasti a na druhé straně ulehčuje spotřebitelům orientaci mezi různě označenými výrobky a poskytuje jim garanci ekonomicky i environmentálně správného spotřebitelského rozhodnutí. Důkaz, že programy ekoznačení fungují, nám podává hned několik zemí, zejména Německo a státy skandinávské.

V České republice byl Národní program označování ekologicky šetrných výrobků vyhlášen v roce 1994, tedy již před osmnácti lety, přesto se trh s těmito výrobky nestačil dostatečně rozvinout. Z průzkumu INESAN (2011) vyplývá, že pouze 17 % spotřebitelů vyhledává tyto výrobky aktivně (ve výsledku toto číslo bude pravděpodobně nižší vzhledem k faktu, že při dotazníkových šetřeních mají respondenti tendenci „ukázat se v lepším světle“), téměř 70 % respondentů značku Ekologicky šetrný výrobek vůbec nezná a více než 80 % respondentů nezná značku EU Ecolabel. Nabídka označených výrobků je velice nízká a tvoří ji pouze 3 ‰ výrobců s celkem 191 výrobky a 10 službami. Ostatně téměř dvě třetiny spotřebitelů by uvítaly více těchto výrobků a současnou nabídku nepovažují za dostatečnou. Největší počet zástupců podle skupin výrobků je pak v poměrně environmentálně náročných provozech.

Základní problém vidí prakticky všechny zúčastněné strany (podniky, ekologické organizace i samotné MŽP a CENIA) v nedostatečné propagaci ekoznačení. Méně už se pak shodují na způsobu, jak tento problém vyřešit. Zástupce ekologické organizace Galacie Jaroslav Bajer tvrdí, že by bylo lepší svěřit správu ekoznačení do rukou uskupení ekologických neziskových organizací, které by mělo být schopné dělat propagaci ekoznačení levněji a efektivněji než MŽP. (Mach, 2010) Otázkou však zůstává, zda by tímto krokem ekoznačení neztratilo svou hlavní výhodu oproti jiným environmentálním značkám a tou je právě státní garance, na kterou mnoho spotřebitelů slyší. Zástupci z řad podniků, požadují krok ze strany Ministerstva životního prostředí, které by mělo propagaci zajistit. Ze strany MŽP a CENIA potom zaznívají argumenty, že i samotné podniky by se

měly na propagaci podílet. Ideální situací by zřejmě bylo, zajistit v počátku dostatečnou propagaci ze strany státu, aby byl zajištěn dostatečný počet podniků zapojených do programu a následně zvýšit zejména roční poplatky za užívání licence. Pokud budou spotřebitelé informováni a bude více zapojených podniků, které budou motivovány opravdu výrazným zvýšením konkurenceschopnosti, odbytu a tedy i zisku, potom jistě přijmou i vyšší poplatky za licenci a bude dostatek prostředků pro další financování programu. Je ale potřeba poskytnout úvodní impuls, na který samotné podniky nestačí a MŽP na něj nemá prostředky.

V současnosti se ovšem MŽP a CENIA snaží aktivně tuto situaci řešit a vyvinulo již několik aktivit vedoucích ke zlepšení stávajícího stavu. Důležitá je zejména diskuze s držiteli, prostřednictvím společných schůzek držitelů se zástupci MŽP a spoluúčast na projektu v rámci Programu česko-švýcarské spolupráce, která by měla zajistit financování. Dalším pozitivním faktem je, že od letošního roku existuje možnost právních a poradenských služeb, které pomáhají žadatelům s poměrně náročným procesem certifikace. Ty nabízí advokátní kancelář Jasanská & Co, která je sama držitelem certifikátu Ekologicky šetrná služba. Je zřejmé, že takovéto podniky mají zvýšený zájem na růstu počtu žadatelů o ekoznačení a proto se také zapojují do aktivit MŽP a CENIA.

Situace na trhu ubytovacích služeb pak koresponduje se situací na celém trhu v ČR. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že ekologické ubytovací zařízení navštívilo pouze 10 % dotázaných a přibližně tři čtvrtiny odpověděly, že při jejich výběru nehraje roli, zda hotel při svém provozu využívá ekologické koncepty zmírňující dopady na životní prostředí a ani v budoucnu nehodlají takové zařízení navštívit. Důvodem těchto ne příliš pozitivních výsledků je z části nezájem o environmentální problematiku a ve velké míře také nízká informovanost veřejnosti o tom, co vlastně ekologicky šetrné ubytování znamená. To vyplývá také z tohoto průzkumu, ve kterém sice téměř polovina respondentů odpověděla, že ví, co jsou ekologické hotely, ale nikdo z nich se neshodl na způsobech, jakými jsou hotely úspornější.

Co se týká strany nabídky, situace také není uspokojivá. Pět ubytovacích zařízení, která byla držiteli ekoznačení, se rozhodla pro neprodloužení licence. Důvodem bylo nejen

zpřísnění kritérií (zejména pak v oblasti využívání obnovitelných zdrojů energie), ale také nenaplnění očekávání jako např. růst návštěvnosti, konkurenční výhoda a s tím související přínos ve formě zisku. Některá ubytovací zařízení přesto dál pokračují ekologickým směrem, avšak bez certifikátu. Zájem tohoto sektoru o ekoznačení zde existuje, ale je odrazen zejména velmi vysokými náklady na splnění kritérií, z nichž některé se navrátí v podobě úspory energií, ale například roční poplatek za licenci by musel být kompenzován nárůstem příjmů. V tomto sektoru se projevila také značná neinformovanost o možnosti ekoznačení (téměř třetina neví o existenci certifikátu).

Závěr

Cílem této diplomové práce je analýza stavu ekoznačení v České republice se zaměřením na analýzu postoje ubytovacích zařízení k ekoznačení a na náklady a výhody, které tomuto sektoru ekoznačení přináší.

V první kapitole je vysvětlen pojem ekoznačení, postavení tohoto nástroje v rámci politiky životního prostředí, význam pro ochranu životního prostředí a způsob, jakým je tento nástroj uplatňován. Druhá kapitola se zabývá analýzou situace na trhu ekoznačení, poptávkou a nabídkou ekologicky šetrných produktů na trhu v ČR a poptávkou a nabídkou ekologicky šetrných ubytovacích služeb. Poptávka po ekologicky šetrných výrobcích vychází z průzkumného šetření (INESAN, 2011) zpracovaného pro MŽP, ze kterého vyplývá poměrně nízká informovanost veřejnosti o ekoznačení (pouze 31 % respondentů zná EŠV). Analýza nabídky ekologicky šetrných výrobků a služeb vychází z vlastní analýzy statistických údajů zveřejněných ČSÚ, CENIA a MŽP. Z porovnání celkového počtu podniků v ČR a podniků nabízejících ekologicky šetrné produkty vyplývá, že je nabídka těchto produktů velice nízká (pouze 3,6 ‰ podniků nabízí tyto produkty). Poptávka po ekologicky šetrných ubytovacích službách je analyzována na základě dotazníkového šetření zpracovaného v březnu 2012 studentem Vysoké školy hotelové (Romanowski, 2012) a vyplývá z ní opět nízká informovanost veřejnosti o ekologicky šetrném ubytování a v souvislosti s tím poměrně malý zájem o tyto služby (30 % dotázaných navštívilo anebo hodlá navštívit ekologicky šetrný hotel). Nabídka ekologicky šetrných služeb je analyzována na základě statistických údajů zveřejněných ČSÚ, CENIA a MŽP a vlastního dotazníkového šetření, ve kterém byla oslovena ubytovací zařízení, která v současnosti vlastní certifikát EŠS anebo Flower, ubytovací zařízení, která nepodala žádost o prodloužení licence a certifikaci již nemají a také ubytovací zařízení, která certifikaci nemají a ani v minulosti neměla. Z výsledků tohoto šetření vyplývá, že nejčastějšími důvody pro úvahy o zavedení certifikátu potažmo pro podání žádosti o certifikát jsou vlastní zájem o ochranu životního prostředí, zvýšení prestiže a konkurenční výhoda, největší nedostatek pak spatřují ubytovací zařízení v nedostatečné propagaci. Mezi ubytovacími zařízeními, která certifikaci nemají a v minulosti neměla, se pak projevuje poměrně vysoká neinformovanost o tomto programu.

Ve třetí kapitole jsou analyzovány požadavky, náklady a přínosy plynoucí z ekoznačení pro podniky poskytující ubytovací služby. Požadavky na ubytovací zařízení vychází z Technické směrnice č. 43 – 2010. Náklady jsou stanoveny pro modelové ubytovací zařízení, zvláště jsou analyzovány náklady související se splněním kritérií Technické směrnice, náklady související se zpřísněním kritérií Technické směrnice a náklady související se získáním certifikace a ročním provozem. Z této analýzy vyplývá, že tyto náklady jsou poměrně vysoké, zejména náklady související se splněním kritéria alespoň 50% využití elektrické energie z obnovitelných zdrojů a roční poplatky za licenci EU Ecolabel. Přínosy ekoznačení pro podniky v oboru ubytovacích služeb jsou srovnány s deklarovanými výhodami podle CENIA na základě provedených šetření, vyjádření zástupců podniků a ekologických organizací. Z tohoto srovnání vyplývá, že zejména z důvodu malé propagace nejsou některé slibované výhody naplněny (např. unikátní marketingový nástroj pro propagaci).

V páté kapitole je uvedeno stručné zhodnocení situace, nástin budoucího vývoje vyplývající z kroků, které v oblasti ekoznačení v současnosti podniklo MŽP a doporučení, které se týká zejména počáteční investice do propagace ekoznačení ze strany MŽP a následně zvýšení poplatků za roční provoz licence. Cíl této práce byl tedy splněn.

V závěru lze říci, že přes osmnáct let, po které existuje program ekoznačení v České republice, je stále ještě na počátku svého rozvoje a bude nutné v budoucnosti provést kroky, aby se dostal do povědomí širší veřejnosti. Prozatím se dá říci, že existuje velký podíl podniků, které mají certifikát víceméně z vlastního přesvědčení a nepřináší jim uspokojivé ekonomické výsledky, zejména ve zvýšení odbytu a zisku. Jsou to například podniky, které dobrovolně zavedly ekologicky šetrná opatření, a získání certifikátu pro ně neznamena příliš vysoké dodatečné náklady. Na druhou stranu existuje řada podniků, které mají ekologické provozy a požadavky by poměrně bez problémů splnily, ale o certifikát nemají zájem, protože v jeho zavedení nespátřují žádné benefity, ať už finančního nebo nefinančního charakteru. Velkou škodou také je, že program opouští podniky, které již jednou certifikát získaly. Při neměnné situaci by to mohlo vést až do stavu, kdy bude program ekoznačení spíše ve fázi úpadku než růstu.

Ekoznačení může být přitom velice účinným a efektivním nástrojem environmentální politiky, který vzhledem ke své dobrovolnosti zavádí ekologicky šetrná opatření s celospolečensky nejnižšími náklady. Jeho působení je preventivní, tudíž mnohem efektivnější, než opatření koncová, která se soustředí pouze na odstraňování příčin poškození životního prostředí, které nemusí být vždy dostačující. Zároveň může přinést řadu ekonomických výhod podnikům, které se programu ekoznačení účastní. Lze mluvit o tzv. win-win strategy, tedy strategii dvojího vítězství, ekologického a ekonomického.

Je ale nutné zmínit, že existuje snaha stávající situaci ekoznačení v ČR řešit a MŽP ve spolupráci s dalšími organizacemi podniká aktivity ke zvýšení informovanosti o ekoznačení a zvýšení jeho žádanosti. Potom by tento nástroj mohl být velice účinný v oblasti snižování ekologické zátěže, ale také environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty.

Citace

Advokátní kancelář Jasanská & Co. [online] [cit. 2012-04-20] Dostupné z:

<http://www.jasanska.com/ekoznacka.htm>

AHR ČR et al. *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2010-2012*. [online] Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj. 23 s. [cit. 2012-04-18]. Dostupné z:

<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=998a01a7-d9e6-4420-aaad-0dcaae0c5275>

BELLMAN, Immo et al. *Ekologie a kvalita*. Planeta. 2006, **16**(4). ISSN 1801-6898.

BÖSTROM, Magnus a Mikael KLINTMAN. *Eco-Standards, Product Labelling and Green Consumerism*. Basingstoke: Palgrave MacMillan, 2008. 256 p. ISBN 978-0230537378.

CENIA. *Agentura pro ekologicky šetrné výrobky [online]*. Praha: CENIA, 2011b. [cit. 2011-11-25]. [http://www1.sysnet.cz/Test/web-pub4.nsf/\\$pid/MZPMSFGRIR0O](http://www1.sysnet.cz/Test/web-pub4.nsf/$pid/MZPMSFGRIR0O).

CENIA. *Co je environmentální prohlášení o produktu (EPD) [online]*. Praha: CENIA, 2011d. [cit. 2011-12-01].

[http://www.cenia.cz/_C12571B20041E945.nsf/\\$pid/CENMSFM6XK7Y](http://www.cenia.cz/_C12571B20041E945.nsf/$pid/CENMSFM6XK7Y).

CENIA. *Databáze výrobků a služeb s propůjčenými ekoznačkami Ekologicky šetrný výrobek/služba a Ekoznačka EU [online]*. Praha: CENIA, 2012e.

[http://www.ekoznacka.cz/_C12571B20041E945.nsf/\\$pid/MZPMSFHMV9DV#seznam](http://www.ekoznacka.cz/_C12571B20041E945.nsf/$pid/MZPMSFHMV9DV#seznam)

CENIA. *Ekoznačení pro spotřebitele [online]*. Praha: CENIA, 2012c. [cit. 2012-03-01].

[http://www.ekoznacka.cz/_C12571B20041E945.nsf/\\$pid/MZPMSFGRIR0O](http://www.ekoznacka.cz/_C12571B20041E945.nsf/$pid/MZPMSFGRIR0O).

CENIA. *Ekoznačení pro firmy [online]*. Praha: CENIA, 2012d. [cit. 2012-03-01].

[http://www.ekoznacka.cz/_C12571B20041E945.nsf/\\$pid/MZPMSFGRIT4S](http://www.ekoznacka.cz/_C12571B20041E945.nsf/$pid/MZPMSFGRIT4S).

CENIA. *Jak ekoznačení funguje [online]*. Praha: CENIA, 2011c. [cit. 2011-11-24].

[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHNSY0V](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHNSY0V).

CENIA. *Jak to funguje: Mezinárodní Systém EPD® [online]*. Praha: CENIA, 2011e. [cit. 2011-12-01]. [http://www.cenia.cz/__C12571B20041E945.nsf/\\$pid/CENMSFM6XOB6](http://www.cenia.cz/__C12571B20041E945.nsf/$pid/CENMSFM6XOB6).

CENIA. *Národní program označování ekologicky šetrných výrobků*. Praha: CENIA, 2005. 16 s. ISBN 80-85087-55-3.

CENIA. *O ekoznačení [online]*. Praha: CENIA, 2012b. [cit. 2012-03-01]. [http://www.cenia.cz/__C12571B20041E945.nsf/\\$pid/MZPMSFGRIOAW](http://www.cenia.cz/__C12571B20041E945.nsf/$pid/MZPMSFGRIOAW).

CENIA. *Politika životního prostředí [online]*. Praha: CENIA, 2012a. [cit. 2012-02-11]. [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFZUTSGE](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFZUTSGE).

CENIA. *Seznam ekologicky šetrných výrobků [online]*. Praha: CENIA, 2011a. [cit. 2011-12-04]. Dostupné z: [http://www.cenia.cz/__C12571B20041E945.nsf/\\$pid/MZPMSFHMV9DV#seznam](http://www.cenia.cz/__C12571B20041E945.nsf/$pid/MZPMSFHMV9DV#seznam).

CENIA. ČSÚ. MŽP. *Statistická ročenka životního prostředí České republiky 2005*. [online]. CENIA. [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: < http://www.cenia.cz/rocenka05/05_titul.htm >.

CENIA. ČSÚ. MŽP. *Statistická ročenka životního prostředí České republiky 2006*. [online]. CENIA. [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: < [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFI6XLLF](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFI6XLLF) >.

CENIA. ČSÚ. MŽP. *Statistická ročenka životního prostředí České republiky 2007*. [online]. CENIA. [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: < [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFMVMTMNS](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFMVMTMNS) >.

CENIA. ČSÚ. MŽP. *Statistická ročenka životního prostředí České republiky 2008*. [online]. CENIA. [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: < [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFT2346T](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFT2346T) >.

CENIA. ČSÚ. MŽP. *Statistická ročenka životního prostředí České republiky 2009*. [online]. CENIA. [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: < [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFYXSS4W](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFYXSS4W) >.

CENIA. ČSÚ. MŽP. *Statistická ročenka životního prostředí České republiky 2010*. [online]. CENIA. [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: <[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMJG45KYBJ](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMJG45KYBJ)>.

CENIA. ČSÚ. MŽP. *Statistická ročenka životního prostředí České republiky 2011*. [online]. CENIA. [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: <http://www.cenia.cz/rocenka2011/index.htm>

Centrum Veronica. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z <http://www.hostetin.veronica.cz>

ČSN ISO 14021. *Environmentální značky a prohlášení – Vlastní environmentální tvrzení (typ II environmentálního značení)*. Praha: Český normalizační institut, 2000b.

ČSN ISO 14024. *Environmentální značky a prohlášení - Environmentální značení typu I - Zásady a postupy*. Praha: Český normalizační institut, 2000a.

ČSN ISO 14025. *Environmentální značky a prohlášení – Environmentální prohlášení typu III*. Praha: Český normalizační institut, 2006.

EcoProdukty.cz [online]. [cit. 2012-03-29]. Dostupné z: <http://www.ecoprodukty.cz/ecoprodukt-multi-sprchova-hlavice-pulse-eco-shower-9l-rucni>

Ekolist.cz. *Greenwashing – zelené lži, polopravdy i odborně nedoložená tvrzení* [online]. Praha: Ekolist.cz, 2010. [cit. 2012-03-01]. <http://ekolist.cz/cz/zelena-domacnost/rady-a-navody/greenwashing-zelene-lzi-polopravdy-i-odborne-nedolozena-tvrzeni>.

Energetické-poradenství.eu [online]. [cit. 2012-03-29]. Dostupné z: <http://www.energeticke-poradenstvi.eu/cenik.html>

ENVIROS. *Environmentální prohlášení* [online]. Praha: ENVIROS, 2011. [cit. 2011-12-01]. http://platforma.usv-partner.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=5.

HANDRIKX, Niki. Power quality and utilization guide. *Energy Efficiency in Hotels*. Laborelec: Leonardo Energy, 2008.

Hotel Adalbert. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: www.hoteladalbert.cz/

Hotel Adria. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: <http://www.hoteladria.cz>

Hotel.cz. [online] [cit. 2012-04-15]. Dostupné z: <http://www.hotel.cz>

Hotel Irida. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: <http://www.irida.cz/>

Hotel Jurys Inn. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z:
<http://www.czechpraguehotels.jurysinns.com>

Hotel MaMaison Residence. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z:
<http://www.mamaison.com/>

Hotel Mosaic House. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: www.mosaichouse.com

Hotel Plaza Alta. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: www.hotelalta.com

HRUBÝ, Pavel. *Férová ekoreklama v praxi*. Praha: CENIA, 2010. 41 s. ISBN 978-80-85087-86-4.

Chateau Mcely. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: <http://www.chateaumcely.com/>

CHROMÁ, Klára a Věra NOVÁKOVÁ. Ekologii nejde předstírat, říkají hoteliéři. *Hotel & Spa management*. 2011, č. 2.

INESAN. *Ekologicky šetrné výrobky (výzkumné šetření)*. Institut evaluací a sociálních analýz. Praha: INESAN, 2011. 43 s.

JÍLKOVÁ, Jiřina. *Daně, dotace a obchodovatelná povolení - nástroje ochrany ovzduší a klimatu*. Praha: Institut pro strukturální politiku, 2003. ISBN 80-86684-04-0.

KLÁŠTERKA, Jan et al. EMAS Systém environmentálního řízení a auditu: Příručka k programu EMAS. *Planeta*. 2007, 15(1). ISSN 1801-6898.

KOČÍ, Vladimír. Posuzování životního cyklu. Life Cycle Assessment – LCA. Chrudim: Ekomonitor, 2009. Počet stran: 264. ISBN 8086832422.

KREUZ, Jaroslav a Ondřej VOJÁČEK. *Firma a životní prostředí*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Oeconomica, 2007. 264 s. ISBN 978-80-245-1254-9.

MACH, Martin. Horší už to být nemůže, pojd'me to dělat jinak, říká k ekoznačce její kritik. *Ekolist.cz* [online]. Praha, 2010 [cit. 2012-04-20]. Dostupné z:

<http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/horsi-uz-to-byt-nemuze-pojdme-to-delat-jinak-rika-k-ekoznacce-jeji-kritik>

Miga-Led-Žárovky.cz [online]. [cit. 2012-03-29]. Dostupné z: <http://www.miga-led-zarovky.cz/miga-led-zarovky/eshop/14-1-Usporne-zarovky-PANASONIC/16-2-E27-velky-zavit/5/371-Usporna-zarovka-Panasonic-18020E27P-20W-bila-studena/>

MŽP. *Národní program označování ekologicky šetrných výrobků a služeb*. Praha: MŽP, 2006.

MŽP. Technická směrnice č. 43 – 2010, kterou se stanovují požadavky a ekologická kritéria pro propůjčení ochranné známky ubytovacím službám pro turisty. Praha: MŽP, 2010.

MŽP. Věštník MŽP. 2007, 17.

Nazeleno.cz. Solární panely: Na rodinný dům ideálně 5 kW. [online] *Nazeleno.cz*, 2010. [cit. 2012-03-05] Dostupné z: <http://www.nazeleno.cz/solarni-panely-na-rodinny-dum-idealne-5-kw.aspx>

OnlineKoupelny.cz [online]. [cit. 2012-03-29]. Dostupné z: <http://www.onlinekoupelny.cz/cz/vodovodni-baterie/umyvadlo-baterie/grohe/euroeco-special/grohe-euroeco-special-pakova-umyvadlova-baterie-chrom-32790000-sitem.html>

Penzion Jana. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: <http://ubytovani.kamsi.cz/ceske-svycarsko/penzion/pension-jana/detail/1592>

Penzion Jelen. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: <http://www.rekreacni-ubytovani.cz/ubytovani/vranov-nad-dyji/penzion-penzion-jelen-vranov-nad-dyji-833/>

Plynservis [online]. [cit. 2012-03-29]. Dostupné z: <http://www.plynservis.estranky.cz/clanky/celkove-naklady-na-instalaci-kondenzacniho-kotle-viessmann-100-w-kombi.html>

REMTOVÁ, Květoslava. Dobrovolné environmentální aktivity: Příručka pro podniky. *Planeta*. 2006a, 14(6). ISSN 1801-6898.

REMTOVÁ, Květoslava. Ekodesign. Praha: Ministerstvo životního prostředí, 2003. 15 s. ISBN 80-7212-230-4.

REMTOVÁ, Květoslava. *Strategie podniku v péči o životní prostředí: Dobrovolné nástroje*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2006b. 100s. ISBN 80-245-1086-3.

REMTOVÁ, Květoslava. *Výkladový slovník základních pojmů z oblasti udržitelného rozvoje*. Praha: MŽP, 2009. 66 s. ISBN 978-80-7212-506-7.

RITCHELOVÁ, Iva et al. Úvod do politiky životního prostředí. Ústí nad Labem: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně. Fakulta životního prostředí, 2002. 111 s. ISBN 80-7044-414-2.

ROMANOWSKI, Lukáš. *Ekologické hotely (výsledky průzkumu)*, 2012. [online] Dostupné z <http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/ekologicke-hotely>

RUSSO, Michael. *Environmental management: readings and cases*. Los Angeles: SAGE, 2008. 448 p. ISBN 978-0395878170.

Sporthotel Zátoň. [online] [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: <http://www.sporthotel-zaton.cz/>

The Carbon Trust. *Monitoring and targeting*. Techniques to help organizations control and manage their energy use. London: Queen's Printer and Controller of HMSO, 2008. 32 p.

TravelGuide.cz [online] [cit. 2012-04-15]. Dostupné z: <http://www.travelguide.cz>

Usnesení Vlády České republiky ze dne 14. června 2010 č. 465 k Pravidlům uplatňování environmentálních požadavků při zadávání veřejných zakázek a nákupech státní správy a samosprávy.

VLČKOVÁ, Jitka. *Podnikový ekolog*. Praha: Ireas, 2006. ISBN 80-86684-46-6.

VEBER, Jaromír et al. *Management kvality, environmentu a bezpečnosti práce: legislativa, systémy, metody, praxe*. Praha: Management Press, 2010. 360 s. ISBN 978-80-7261-210-9.

Via Reality [online]. [cit. 2012-10-04]. Dostupné z:
<http://www.viareality.cz/nemovitost/prodej-penzionu-s-restauraci-a-diskotekou-brno-467028>

Viessmannn [online]. [cit. 2012-03-29]. Dostupné z:
http://www.viessmann.cz/cs/topinfos/Vitodens_300-W_Testsieger_in_Stiftung_Warentest_07_2010.html

VOLEJNÍKOVÁ, Irena. Environmentální reporting. [online] *Environmentální aspekty podnikání*. 2003(4), 7-9. [cit. 2011-12-01] Dostupné z:
http://www.cemc.cz/aspekty/vyber_z_clanku/reporting/dokumenty/2.pdf

Zákon č. 180/2005 o podpoře výroby elektřiny z obnovitelných zdrojů energie ze dne 31. března 2005 (zákon o podpoře využívání obnovitelných zdrojů). [online] In: Sbírka zákonů. 2005. [cit. 2012-03-29] Dostupné z: <http://www.tzb-info.cz/pravni-predpisy/zakon-c-180-2005-sb-o-podpore-vyroby-elektriny-z-obnovitelnych-zdroju-energie-a-o-zmene-nekterych-zakonu-zakon-o-podpore-vyuzivani-obnovitelnych-zdroju>

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele ze dne 16. prosince 1992. [online] In: Sbírka zákonů. 1992. [cit. 2011-12-01] Dostupné z:
<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/1992.html>

Seznam příloh

[A] Produktové skupiny Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků a služeb (2 listy).

[B] Produktové skupiny programu ekoznačení Evropské unie (1 list).

[C] Zahraniční programy ekoznačení (3 listy).

[D] Dotazník pro 1. segment (1 list).

[E] Dotazník pro 2. segment (2 listy).

[F] Dotazník pro 3. segment (1 list).